

I'M MAGAZINE

Moda
**SILVIAN
HEACH**
Affascinante
e griontosa

Eventi
I'M MAGAZINE
Festeggia sette anni

Moda
LIU JO
Prima l'uomo
poi la borsa

Intervista
PANDORA
Nel cuore delle donne

Intervista
PARIDE SACCOIA
Dopo l'Eurocup
manca solo la laurea

Design
RIFLESSI
L'arredamento si "specchia"
nel Golfo Persico

CHIARA NASTI



Tel. 800 30 89 80 lorenzoinn.com

NAPOLI, Via dei Mille, 2

CAPRI, Via Camerelle, 15/A



LOUIS VUITTON





Salvatore Ferragamo



MILANO — VIA DELLA SPIGA, 8
ROMA — VIA BOLOGNAROMA, 4/A
CORTINA D'AMPEZZO — CORSO ITALIA, 54
WWW.PEUTEREY.COM



IN COPERTINA



Chiara Nasti
ph Paolo Puopolo

Edito da I'M srl

Redazione
tel 081 263508
fax 081 282662

www.immagazine.it
info@immagazine.it

reg. trib. di Napoli n° 47
dell'8.05.2008

Editore

Maurizio Aiello

Direttore responsabile

Ilaria Carloni

Caporedattore

Alessandra Carloni

Collaboratori:

Laura Caico
Emanuele Di Bartolo
Giuliano Di Domenico
Sergio Governale
Alessandra Militeri
Arianna Nardi
Elisabetta Vairo

PH

Francesco Paolo Esposito

Graphic Design

Francesco Finizio
media.finizio@gmail.com

Distribuzione

Idea Marketing

Stampa

Arti Grafiche Boccia S.p.A. - Sa

Per la pubblicità

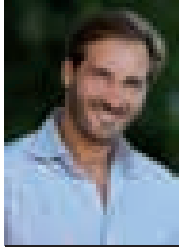
ph 081 263508
info@immagazine.it

i'M ONLINE

WWW.IMMAGAZINE.IT

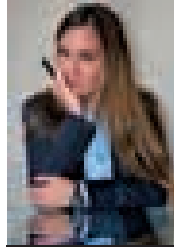


Follow us on:



L'Editore

Maurizio Aiello



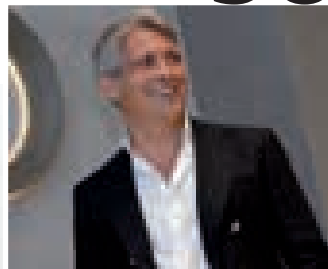
Il Direttore Responsabile

Ilaria Carloni

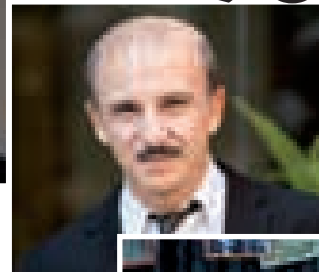
36



56



90



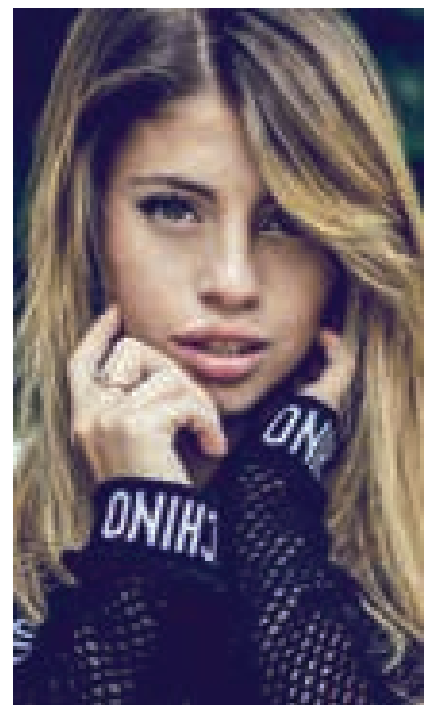
74



100



SOMMARIO



36 Paride Saccoia

"DOPO L'EUROCUP MI MANCA SOLO LA LAUREA"
DI ALESSANDRA CARLONI

56 Liu Jo

PRIMA L'UOMO POI LA BORSA
DI SERGIO GOVERNALE

64 Chiara Nasti

LA FASHION BLOGGER PRODIGIO
DI ILARIA CARLONI

74 I'M Magazine

GIRA LA BOA DEI SETTE ANNI
DI LAURA CAICO

90 Carlo Buccirosso

UN DAVID PER IL SUO CAMORRISTA
DI ALESSANDRA CARLONI

100 Talarico

LA DEGNA RISPOSTA ALLA CINESERIA
DI ALESSANDRA MILITERI

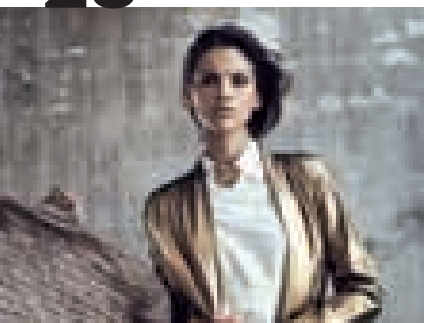
64



FENDI

SHOP ONLINE AT FENDI.COM

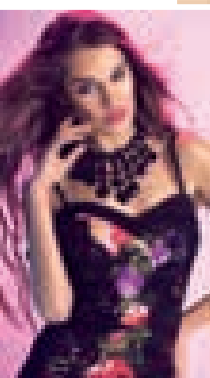
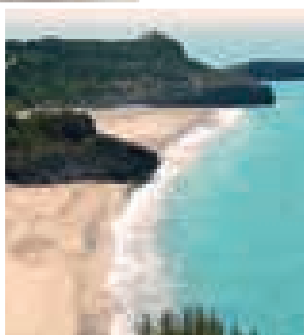
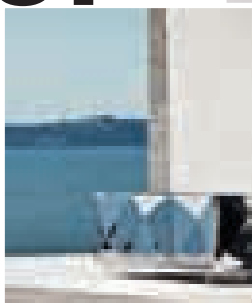
28



42



84

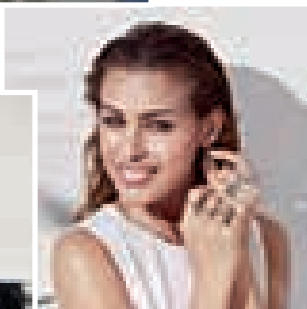


104



22

48



94



SOMMARIO

15 L'opinione

LA RISTORAZIONE IN CAMPANIA
DI FABRIZIO CARLONI

16 Bellezza

BIOAGE A NAPOLI: IL NUOVO TEMPIO DELLA BELLEZZA
DI MARCO MORACI

22 Pitti Uomo

LA MODA PARTENOPEA SUBISCE IL FASCINO DI UNA
DELLE MANIFESTAZIONI PIÙ FASHION DEL MENSWEAR
DI GIULIANO DI DOMENICO

28 Silvan Heach

AFFASCINANTE E GRINTOSA
DI SERGIO GOVERNALE

42 Villa Axel Munthe ad Anacapri

DI EMANUELE DI BARTOLO

48 Pandora

NEL CUORE DELLE DONNE
DI SERGIO GOVERNALE

84 Riflessi

L'ARREDAMENTO CONTEMPORANEO
SI SPECCHIA NEL GOLFO PERSICO
DI SERGIO GOVERNALE

94 Marina di Camerota

ALLA SCOPERTA DELLA PERLA DEL CILENTO
DI GIULIANO DI DOMENICO

104 I'M Model

ALESSIA CASCELLA

111 Professionisti al top

PIERO GAETA
DI ALESSANDRA MILITERNI

114 Expo 2015-Msc Crociere, insieme per varcare tutti i i confini

111

OYSTER PERPETUAL DATEMASTER II


ROLEX



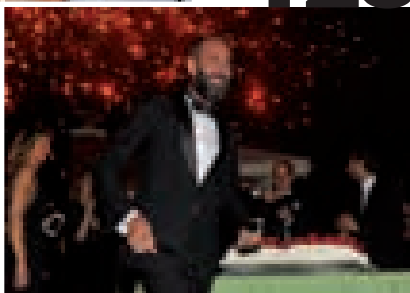
Monelli
Orologeria Gioielleria

RIVENDITORE AUTORIZZATO
NAPOLI - VIA DEI MILLE 12 - VIA S. BRIGIDA 80/A



124

128



116 Fotonotizie

118 Sport e gossip per la VI edizione della Vip Campion

120 Sport e alimentazione per il Meeting di Campana

122 Via Delle Perle lancia il nuovo corso creativo per la collezione 2016

124 White Party

128 Notte da favola a Posillipo

DI LAURA CAICO

132 Louis Vuitton Summer Event

134 Gli anta del dott. Moraci

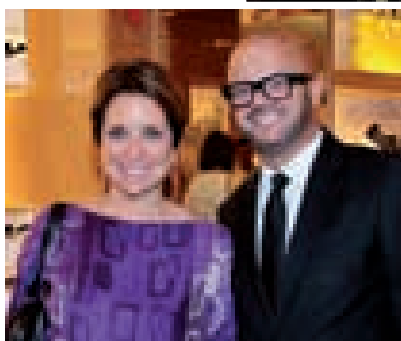
138 Tunnel Borbonico

ARTE, MODA E PERFORMANCE LIVE

140 Moda e finanza al Canottieri

142 Artigiani dal vivo per il "Gommino" Tod's

SOMMARIO



132



140



134



142



VALENTINO



BAR REFAELI

by Oliver Mays

HUBLOT

T H E A R T O F P E R F E C T I O N

Big Bang Broderie.

18K gold case set with 209 diamonds totaling 1.3 carats. Unique process of encasing historic St-Gallen lace to a carbon fiber bezel and dial. 100% silk embroidered strap attached to black rubber. Limited edition of 200 pieces.



Trucchi

Napoli • Capri

info@trucchiorologeria.it / www.trucchiorologeria.it

LA RISTORAZIONE IN CAMPANIA

DI FABRIZIO CARLONI



Ferma restando la buona qualità del settore merceologico, c'è da dire che la nostra Regione ha sempre saputo affiancare ad una cucina dedita alla cultura del pesce, una culinaria che si basasse su una creativa promozione degli ingredienti di terra.

A titolo esemplificativo, Oasis Saporì Antichi di Vallesaccarda, da anni offre una cucina di eccellente livello con una qualità di servizio da Francia dei migliori tempi; ottima la selezione della cantina; raffinata la dotazione di accessori da tavola. Sulla strada per Bari, per allontanarci dalla Campania di qualche chilometro, gastronomia di terra di caratteristiche superiori e menù originalissimo e contenuto nel prezzo da Antichi Saporì di Montegrosso di Andria.

Stessa antitesi interessante nella più vicina e familiare Cetara, dove Acquapazza del buon Gennaro, serve pesce freschissimo, tra cui totani da ricordare, procurando un piacere in parte mitigato dal posteggiatore rumeno che finge di essere italiano e suona da cane perseguitando i clienti. A poche decine di metri, a monte sulla via che porta al mare, si trova Pane e Cocco che in una situazione ambientale più francese, con un menù contenuto ed a metà del prezzo, serve spaghetti al dente con una colatura di alici che lasciano l'ospite in stato di esaltazione mistico-epatica.

Nella vicina Cava dei Tirreni, Casa Rispoli offre il pesce crudo abbattuto e con indicata l'origine acconciamente per evitare intossicazioni da batteri o parassiti. Vincenzo, uno dei giovani titolari, porta in tavola, con il sorriso ed un costo contenuto, piatti eccellenti. Solo l'angustia delle toilette potrebbe spingere, con qualche quattrino di maggiorazione, verso il vicino Mercato Sanseverino, dove l'architetto Raffaele, dell'ottimo La Casa del Nonno 13 elargisce cucina più vocata per l'entroterra, di qualità eccelsa e con una cantina adeguata. Il dubbio tra i due potrebbe essere risolto dal buon Matteo che, a Vietri sul Mare, a Sesta Stazione, nella piazzetta delle scuole elementari prefasciste, serve del buon pesce di giornata in un ambiente accogliente e pulito.

Sono le foto sfocate del suo sito che fanno presagire una situazione più casareccia, con un prezzo contenuto che rende il cliente soddisfatto e felice.

Sulla terraferma e nella campagna, si mangia in un bel locale in un paese dal buon passato da tempo dimenticato. Parlo del Frantoio Ducale di Castel Morone, erede di una trattoria dove ho passato, con la mia famiglia di origine, molte lontane domeniche. Cucina terrigna, di buon livello, a volte troppo sapida, in un ambiente caratteristico in cui Pietro ospita con la buona grazia che gli hanno trasmesso i nonni.

In poche parole la Campania garantisce una buona ristorazione, con una certa tendenza dell'utenza locale a privilegiare le trattorie ai ristoranti con un ritorno alla ragione che l'avvento dell'euro debosciato aveva annullato. I 70 od 80 euro per un coperto, anche con una buona bottiglia di vino il cui prezzo in genere era raddoppiato o triplicato rispetto al costo di acquisto, non hanno retto ed i ristoratori hanno dovuto affrontare il problema dei fitti esorbitanti di tanti proprietari di locali commerciali abituati a campare di grasso (mi sia concesso il riferimento culinario). La crisi anche del turismo non ha aiutato.

Nella ristorazione non si può risparmiare sulle materie prime ed il discrimine tra un cliente che gradisce, gusta e digerisce, ed uno che si riempie sino a scoppiare perché privilegia il numero delle portate, è stato annullato dalla crisi economica e dal miglioramento dei gusti imposto dal progresso. Ci si deve aggiungere, tra le tante nefandezze della globalizzazione, l'uso ormai invalso in tutte le aziende di risparmiare su tutto; anche sulle spese di rappresentanza che consentivano di fare dei pranzi o delle cene di lavoro delle occasioni molto utili per valutare il cliente e concludere buoni affari e migliorare le vendite.

Oggi tutte le società, in particolare quelle trattate dai "Consulenti", hanno stabilito che il futuro del settore commerciale è la "Conference Call" dove ci si incontra da una continente all'altro virtualmente scamiciati e senza cravatta per apparire più intraprendenti; in queste situazioni, all'ora di pranzo arriva il panino "volante" con una fetta di pomodoro, una foglia di insalata appassita ed un lembo sottilissimo di prosciutto cotto che appare, come un re-

perto anatomico, ripugnante. Se si interrompe la conferenza telefonica, poi, immancabilmente, si trangugia un gelato modulando le leccate su quelle del superiore prepotente. ■

carloni.f3@libero.it

Nella ristorazione non si può risparmiare sulle materie prime ed il discrimine tra un cliente che gradisce, gusta e digerisce, ed uno che si riempie sino a scoppiare perché privilegia il numero delle portate, è stato annullato dalla crisi economica e dal miglioramento dei gusti imposto dal progresso.

BIOAGE A NAPOLI: IL NUOVO TEMPIO DELLA BELLEZZA

DOTT. MARCO MORACI



Io e la mia equipe siamo orgogliosi di presentare a Napoli, Bioage, il centro di medicina estetica e rigenerativa in cui trovare un'ampia gamma di soluzioni per migliorare la vostra immagine con macchinari innovativi specifici per gli inestetismi di viso e corpo.

In particolare il Thermage, un macchinario americano di ultima generazione presente solo da Bioage in tutto il Sud Italia: si avvale di un sistema vibrante monopolare CPT che riesce a trattare le lassità cutanee del volto e del corpo producendo un effetto lifting immediato.

Questa metodica proviene dagli Stati Uniti, è approvata dalla FDA (food and drug administration) ed è l'ultimo ritrovato tecnologico che offre un'alternativa non chirurgica per quei pazienti che non si sentono pronti ad affrontare la sala operatoria. Il vantaggio di questo macchinario è che determina un risultato immediato con una sola seduta, dopo la quale i pazienti vedranno migliorare progressivamente i propri tessuti nei sei mesi successivi al trattamento. Il risultato rimane costante per circa due, tre anni. Una seduta di Thermage dura circa un'ora, è indolore e non provoca nè lividi nè gonfiore. A differenza di molti laser, può essere effettuato in qualsiasi periodo dell'anno, perché i pazienti possono anche andare a mare o esporsi al sole dopo il trattamento.

Un'altra macchina che si trova al centro Bioage è lo Smooth Shape, che risolve gli inestetismi della cellulite grazie all'azione combinata di due laser associati ad uno specifico effetto Vacuum:

- il primo laser rompe l'adiposità e taglia le fibre di collagene responsabili della buccia d'arancia;
- il secondo laser scioglie il contenuto dell'adiposità permettendo il drenaggio verso il circolo linfatico.

Il risultato è una definitiva riduzione dei cuscinetti adiposi, ed un miglioramento del microcircolo con una sensibile riduzione della cellulite. Questo macchinario viene anche utilizzato nei pazienti pre e post liposuzione per migliorare ulte-

Il Thermage, un macchinario americano di ultima generazione presente solo da Bioage in tutto il Sud Italia, si avvale di un sistema vibrante monopolare CPT che riesce a trattare le lassità cutanee del volto e del corpo producendo un effetto lifting immediato. Vi è, inoltre, il Palomar Icon, altro macchinario dedicato all'eliminazione dei capillari superficiali, delle smagliature, delle cicatrici acneiche o traumatiche, e alle macchie cutanee.

riormente il risultato chirurgico.

Presso il centro Bioage vi è, inoltre, il Palomar Icon, altro macchinario dedicato all'eliminazione dei capillari superficiali, delle smagliature, delle cicatrici acneiche o traumatiche, e alle macchie cutanee. È l'unico nel Centro Sud Italia e si avvale di una tecnologia americana di ultima generazione.

Tutti i macchinari del centro Bioage sono certificati dalla FDA e sono proposti insieme a specifici protocolli elaborati da me personalmente per risolvere tutte le vostre esigenze. Nel centro, infatti, potrete usufruire anche di tutti i ritrovati della medicina estetica moderna (botox, fillers, peeling, Silhouette soft lift lift) della medicina rigenerativa e della estetica di base (manicure, pedicure, massaggi, epilazione con laser diodo etc.) fino ad arrivare all'utilizzo delle alghe vive di Spirulina per il trattamento della cellulite.

Da Bioage io e la mia equipe di esperti ci prenderemo cura di voi a 360 gradi e per la prima volta a Napoli i pazienti potranno avere un unico centro di riferimento in cui trovare tutto ciò che serve per la cura del loro corpo. ■



Blumarine
SHOP BLUMARINE.COM

PIAGET

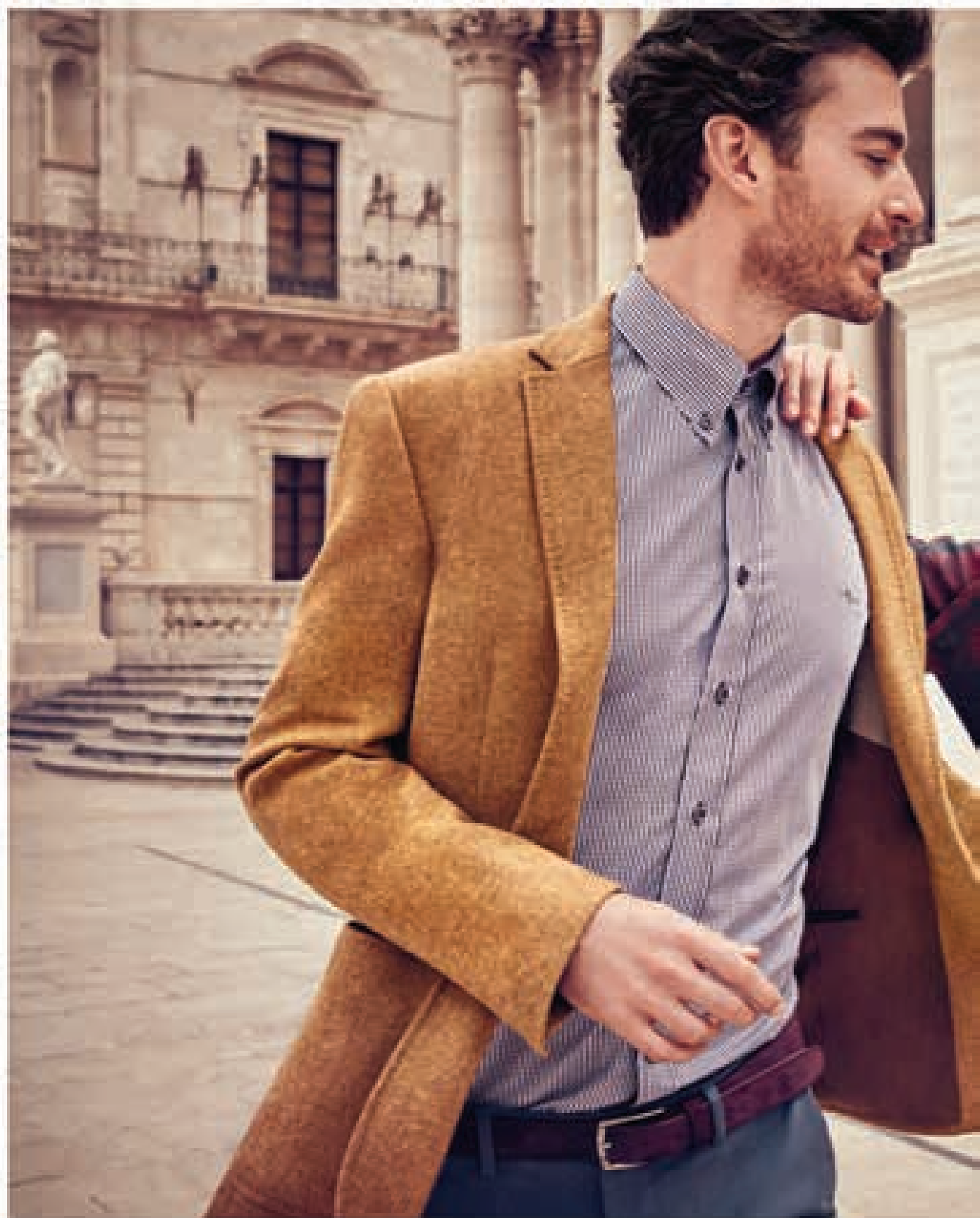
PERFECTION IN LIFE





- Manhattan, New York -

Piaget Altiplano 1205P,
l'orologio e il movimento automatico di Manifattura
con datario e piccoli secondi più piatti al mondo.
Piaget, la maestria nella creazione
di movimenti extra-piatti.





Harmont & Blaine

#mediterraneanlife

www.harmont-et-blaine.com

PITTI UOMO

La moda partenopea subisce ancora il fascino di una delle manifestazioni più fashion del menswear

DI GIULIANO DI DOMENICO



Il menswear “made in Campania” è sempre un protagonista assoluto di Pitti Uomo. Le storiche sartorie napoletane e brands dall’animo giovane hanno sorpreso buyer e giornalisti. **Harmont & Blaine** ha scelto di ritornare a Firenze, per presentare la nuova collezione primavera estate 2016 ispirata al nostro Mar Mediterraneo. Capi iconici che fondono stile, praticità, eleganza, comfort, tradizione sartoriale e design innovativo sono il fulcro della new collection. Il blu viene declinato in sfumature che vanno dall’oltremare, all’indaco, all’azzurro chiaro fino al bianco. La Capri Jacket, dalle linee morbide e leggere, viene proposta in lino nei colori tipici dell’isola. Il tessuto camicia fa da fil rouge alla collezione, come nella Vietri Polo, realizzata in finissimo jersey elasticizzato con collo in tessuto camicia. I jeans sono foderati con mix di tessuti camiceria, caratterizzati da un’etichetta retrocinta sempre in tessuto camicia. Il look è completato dalla Maiori, una scarpa innovativa che coniuga l’eleganza informale del mocassino al comfort di una sneaker, proposta in dodici combinazioni di colore. La linea mare offre una vasta gamma di boxer in due lunghezze, che esprimono in pieno lo spirito estivo e solare del brand. **Isaia** si ispira al periodo napoletano di Andy Warhol verso la fine degli anni settanta. Alla bellezza di Napoli e al “gi-gante dormiente” (Vesuvio), l’artista dedicò diverse opere,

HARMONT & BLAINE

La Capri Jacket di **Harmont & Blaine** propone linee morbide e leggere, viene proposta in lino nei colori tipici dell'isola. Il tessuto camicia fa da fil rouge alla collezione, come nella Vietri Polo, realizzata in finissimo jersey elasticizzato con collo in tessuto camicia.

Isaia si ispira al periodo napoletano di Andy Warhol verso la fine degli anni settanta. Alla bellezza di Napoli e al "gigante dormiente" (Vesuvio), l'artista dedicò diverse opere, tra le più famose la serie "Vesuvius by Warhol", 18 tele che ritraggono il vulcano nelle diverse ore del giorno. Righe e pois sono le fantasie della collezione "rilassata" di **Hamaki-Ho** che contempla anche proposte sporty:

tra le più famose la serie "Vesuvius by Warhol", 18 tele che ritraggono il vulcano nelle diverse ore del giorno. Filo conduttore della collezione è il lino, fibra che viene mixata con lana, cotone, seta e cashmere.

Antony Morato raggiunge un pubblico più giovane e propone tre diverse labels. La Black, anima fashion della collezione, propone inserti metallici, rilievi e tessuti gommati per un look biker-army. La Gold, spirito denim del brand, reinterpreta le storiche tute dei motociclisti, portandoci nel mondo della Paris-dakar. La Silver è l'etichetta sporty in cui la moda e lo sport diventano complici nella vita di tutti i giorni.

Le radici partenopee di **Hamaki-Ho** ispirano le proposte primavera estate 2016. Righe e pois sono le fantasie di una collezione chic e 'rilassata', che contempla anche proposte sporty. I capispalla, confezionati con tessuti pregiati, presentano un'allure vissuta e disegnano silhouette asciutte, mixate a dettagli sartoriali. Care al DNA di Hamaki-Ho, le proposte più street e pratiche, che introducono giubbini in nylon combinati a cotone tecnici.

L'uomo **Eddy Monetti** per la prossima primavera estate è un americano che veste napoletano, un uomo a cui piace ricordare le atmosfere del passato, ma che è anche attratto dalle tecnologie di futura generazione. Il rosa, il giallo chiaro e l'azzurro dei leggerissimi bomber di pelle (90 grammi), sono i colori che si alternano o si accoppiano in tutti i capi per il tempo libero della collezione così come anche sulle cravatte. Effetto nuvola "peso zero" per le polo e i k-way in spugna da usare in barca. ■



ISAIA



ANTONY MORATO



EDDY MONETTI



HAMAKI-HO

Sartorialità e sperimentazione in scena a **Pitti Immagine**



TAGLIATORE



ALBERTO GUARDIANI



HERNO



GALLO

Il sistema moda è in forte crescita e lo dimostrano i dati di Pitti Immagine. Il numero dei compratori è aumentato del 5% rispetto all'edizione del 2014, arrivando a quasi 20.000 presenze. Entusiasti anche i numerosi brands che hanno scelto la Fortezza da Basso per la presentazione delle nuove collezioni primavera estate 2016.

Il gusto sporty-vintage degli anni '70, le forme ed i volumi tipici degli anni '90 sono la chiave di lettura della nuova collezione **Alberto Guardiani**. I pellami intagliati e intrecciati a mano, i vitelli stampati e cuciti ad arte si accostano ai volumi energici delle suole dando vita ad una collezione che rappresenta il perfetto mix di design dedicato ad un uomo sempre in movimento. Camosci slavati o pellami invecchiati effetto vintage, vitelli spazzolati con creme, vitelli intrecciati o forati a rombo si alternano nei colori del nero intenso, grigio grafite, dark blue, blue denim, testa di moro, rosso granata e total white. Una novità è la sneaker Berk, dall'animo sporty-tailoring, risultato di un'attenta ricerca e attenzione all'artigianalità "sartoriale" tipica di Alberto Guardiani. Una scarpa dove il volume compatto ed energico delle suola è cucito ad arte ad una tomaia dal design pulito e ultra contemporaneo.

Dal 1927 **Gallo** continua a produrre le sue coloratissime calze ed a Pitti 88 ha presentato la collezione Galleidoscopio, calze perfette da abbinare alle sfumature cromatiche tipiche dei pantaloni estivi, in finissimo filo di scozia dagli effetti sorprendenti e dall'eleganza sartoriale, vestite di nuove cromie ispirate dal sole.

Nella collezione primavera estate 2016, **Herno** ritorna alle origini sviluppando ed esaltando modelli di impermeabili che sfidano le intemperie, avvalendosi di design sempre più evoluti e ricerca di materiali più performanti. Cotone trattato antipioggia e poliestere leggerissimo sono i due nuovi tessuti della "rain collection".

La collezione **Tagliatore** è una poesia dedicata al bianco. I tessuti sono emozioni tattili capaci di dare un'anima ai completi sartoriali e alle giacche dal taglio asciutto. Grande è l'attenzione nella ricerca di tessuti inediti e nella creazione di disegni esclusivi, tra i quali gli inconfondibili "check Tagliatore", segno distintivo del brand, capaci di regalare calore e passione a tutte le giacche ultralight destrutturate e sfoderate. Novità per questa calda stagione estiva è l'inserimento in collezione di una linea di camicie sartoriali.

Paciotti con la sua 4US presenta una sneaker dalla tomaia priva di cuciture in morbida pelle sfoderata, "disegnata" da laserature e incisioni a caldo. Il fondo in micro-gomma ultra flessibile garantisce alla scarpa il massimo della leggerezza e della vestibilità. Le collezioni **Fedon** propongono oggetti che da sem-





Kiton

FALL-WINTER 2015-16



PACIOTTI



FEDON



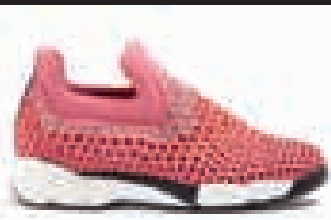
MANUEL RITZ



PAOLONI



PEUTEREY



PINKO

pre contengono e proteggono strumenti di lavoro e di vita. Così avviene anche per la collezione Archimede che stimola a percorrere ogni giorno nuove strade e vivere nuove esperienze. Con la Jazz collection ogni trolley diventa il perfetto compagno di viaggio pratico e leggero per muoversi con dinamica destrezza nel mondo attuale. Marco Polo è il nuovo trolley studiato per contenere i cambi per cinque giorni di viaggio. Le proposte 2016 comprendono ancora due oggetti essenziali e insostituibili: i nuovi P-Carte-P & G Organizer che rendono più semplice e immediata la ricerca di biglietti da visita e carte di credito, grazie ai 3 compartimenti interni. Il P-Penne Organizer reinventa, invece, il concetto di astuccio e lo porta alla sua essenza minimal.

Manuel Ritz rafforza il concetto di total look. Protagonista della collezione primavera estate 2016 è il blu, dal navy al bluette, passando per i blu più aperti a caratterizzare un'ispirazione marina per righe, micro fantasie, check ton sur ton e a contrasto. Il look della evening si arricchisce di dettagli preziosi come bottoni in raso e texture brillanti.

Paoloni, il brand che fa dell'eleganza rivisitata il suo marchio distintivo, disegna una collezione sempre più poliedrica ed adatta ad ogni occasione. La varietà dei tessuti infatti spazia in maniera importante per offrire vestibilità e confort differenti, dove materiali come lino e cotone, lana e lino trovano una loro connotazione sia in maniera indipendente che così associati. Come per le giacche anche per gli abiti, i fit si fanno strizzati ed accattivanti. Le nuance per questa collezione sono proprio quelli della tradizione: blu aperto, grigio chiaro, beige e marrone.

Peuterey realizza per la collezione 2016 bomber double face e double color da utilizzare tutto il giorno. Leggerissimi, in nylon fuori e cotone tinto in filo nel suo opposto, restano confortevoli grazie a piccoli accorgimenti tecnici. Il coat cerato è il capo cult, over nelle proporzioni si adatta alla silhouette grazie a tiranti a sorpresa, chiusure a pressione e abbottonature di velcro per definire i polsi delle maniche. Per la nuova Peuterey Red, le proposte total look sono fatte di pezzi intercambiabili, come il trench rigorosamente waterproof che riscopre una nuova vita fatta di volumi inscatolati e tagli al rasoio. Completano il tutto, shorts cerati dai volumi importanti. In occasione di Pitti Immagine, **Pinko** presenta la seconda collezione di Shine Baby Shine, linea di sneaker preziose, completamente Made in Italy, lanciata dal brand la scorsa stagione. Shine Baby Shine, progetto di luxury sneaker, risponde alle esigenze della donna contemporanea, che vuole sentirsi comoda ed adatta in ogni occasione. Nello sviluppo della nuova collezione non si è lavorato solo sullo stile, bensì anche sulla qualità di materiali e forme in modo da ottenere una calzatura informale e comoda, ma dal forte contenuto moda.

Locman presenta al Pitti, Stealth 300 Metri Carbon, con il quadrante e la cassa totalmente in carbonio. La leggerezza del carbonio favorisce inoltre la vestibilità dell'orologio che, oltre all'uso professionale, si presta perfettamente a un uso quotidiano. Stealth 300 metri non si rivolge solo agli appassionati e ai professionisti delle immersioni, ma anche a un pubblico attento allo stile e alle tendenze, che coglie nell'orologio la sua bellezza metropolitana. Il design essenziale e il contrasto materico tra il carbonio forgiato della cassa e la fibra del quadrante donano all'orologio un appeal molto particolare. ■



LOCMAN



PATRIZIA PEPE



PATRIZIAPEPE.COM

SILVIAN HEACH

Affascinante e grintosa

DI SERGIO GOVERNALE

Un brand nato nel segno dell'amore che oggi si distingue per lo stile minimal chic. Un gruppo che ha deciso di sfidare il mercato della moda puntando sull'internazionalizzazione, che avrà un peso sempre maggiore in futuro. Un'ispirazione nata negli anni Duemila che oggi produce circa 80 milioni di euro di ricavi e che guarda ai nuovi mercati emergenti come Brasile, Cina ed Emirati Arabi, senza dimenticare quello statunitense. È, in sintesi, Silvan Heach. Ce ne parla l'amministratore delegato Mena Marano.

Vuole ricordare quando nasce il marchio e come si è sviluppato nel tempo?

Il nome del marchio ha un'origine che potrei definire romantica. Nel 2001 mi trovavo a Berlino con mio marito Giuseppe Ammaturo in un momento davvero importante per la nostra azienda, in quanto volevamo mettere la nostra esperienza nel tessile in un nuovo brand che avesse respiro internazionale. Passeggiando per la città, abbiamo visto su un muro la scritta "Silvian, ich liebe dich" (Silvian ti amo). Per noi è stata un'ispirazione immediata. Abbiamo incaricato un'agenzia di effettuare uno studio di naming e, giocando con le assonanze, è nato il brand Silvan Heach. Il Gruppo Arav è stato istituito nel 2002 e sin dal primo anno l'attività ha registrato notevoli successi commerciali, consentendo lo sviluppo di un massiccio piano di franchising retail in Italia e una decisa penetrazione nei mercati esteri.

All'inizio fu la donna: quando avete lanciato la linea per i bambini?

Nel 2009 il gruppo si proietta verso il futuro accettando una nuova sfida commerciale: nasce Silvan Heach Kids, linea childrenswear dedicata ai bambini da zero a 16 anni, frutto della speciale collaborazione con Pietro Oliva. A marzo 2011, Silvan Heach Kids Srl si trasforma ufficialmente in Arav Kids Spa. A gennaio 2012, in occasione della Fiera Internazionale Pitti Bimbo a Firenze, viene presentata ufficialmente la collezione moda baby Aston Martin, un progetto moda esclusivo dedicato ai maschietti da zero ai 16 anni e ispirato al prestigio della casa automobilistica londinese.



I'M LUGLIO-AGOSTO 2015

*L'Ad Mena Marano:
"Da una dichiarazione
d'amore nasce un
gruppo di tendenza
da circa 80 milioni di
fatturato, di cui il 25%
realizzato all'estero,
che guarda agli Usa e
ai mercati emergenti".*





Oggi avete anche gli accessori e da poco vi siete aperti al retail: perché e quali caratteristiche ha questa suddivisione del business?

Abbiamo deciso di puntare sul canale retail in quanto siamo convinti che ci permetta più di ogni altro di affermare la forza dei nostri brand sia sul mercato domestico, nel quale siamo già fortemente riconosciuti, che su quello internazionale, sul quale stiamo investendo in maniera importante. Il Gruppo Arav ha da sempre dedicato una cura estrema ai suoi punti vendita realizzando un format ad hoc che consentisse di strutturare lo spazio per aree funzionali, offrendo al visitatore un'esperienza d'acquisto innovativa e coinvolgente.

Avete mai pensato di creare anche collezioni per uomo?

È un ambito che vorremmo approcciare, ma al momento vogliamo concentrare i nostri sforzi sul comparto donna e bambino.

Quanto vale la parte femminile del vostro business?

Il mercato della donna per noi costituisce la parte fondamentale del nostro business anche a seguito dell'evoluzione che il nostro main brand Silvian Heach ha avuto negli ultimi anni, posizionandosi sempre di più come un marchio medio-alto in grado di attrarre l'attenzione di un panel sempre più ampio ed eterogeneo.

Quanti sono i punti vendita del brand in Italia e all'estero?

Silvian Heach, primo brand del Gruppo Arav, è distribuito in 40 Paesi attraverso 55 punti vendita monomarca e più di 1.500 rivenditori multibrand equamente ripartiti fra Italia ed estero e 64 corner personalizzati, di cui 13 negli store Coin e 10 presso i punti vendita la Rinascente.

E quanti prevedete di aprirne in futuro?

Stiamo attivando un piano di espansione verso l'estero, in quanto vogliamo incrementare la nostra quota che al momento corrisponde a circa un 25% del fatturato. Siamo determinati a incrementare notevolmente questa quota fino a portarla al 50% nel medio termine. Siamo ancora in fase di valutazione sia per l'individuazione di nuovi mercati che per il numero di futuri punti vendita. Il piano di sviluppo 2015-2019 comprende 67 new opening tra diretti e affiliati, un fatturato retail che va dai 15 ai 48 milioni, un fatturato 2015 di 81,6 milioni e una crescita della redditività lorda di circa il 2%. Il giro d'affari nel 2014 è stato di oltre 77,5 milioni.

State per caso pensando a una riorganizzazione della rete di vendita?

Negli ultimi due anni abbiamo effettuato un'ottimizzazione della nostra rete per tutte le linee e attualmente siamo in fase di potenziamento in vista di una nuova fase espansiva.

Avete appena aperto in Turchia ed Emirati Arabi: dove pensate di arrivare nel breve periodo?

Come anticipato, siamo ancora in fase di valutazione ma un mercato che per noi è di grande interesse è quello Usa. Fotografando la nostra distribuzione a livello internazionale oggi ai mercati già importanti per il brand come Spagna, Russia, Repubbliche Baltiche, Germania e Olanda





Collezione a partire da 69 €


SWAROVSKI



Mena Marano

“ *Magia e stile, il tutto condensato in un'anima rock. Questo il mix perfetto che meglio di ogni altro descrive la prossima collezione autunno/inverno 2015-2016. Dedicata a una donna giovane, determinata e consapevole, che ama vivere la vita nella sua interezza, abbiamo dato vita a una proposta che punta a illuminare chi la indossa grazie a tessuti preziosi e sofisticate applicazioni.* ”

stiamo affiancando Paesi come Francia e Polonia e, inoltre, stiamo valutando possibili partner per programmare un'espansione sana anche in Paesi ad alto potenziale come il Brasile e l'Estremo Oriente.

Il vostro obiettivo preferito è da sempre la Cina: qui prevedete una particolare strategia di espansione?

È un mercato molto importante e con grandi potenzialità di business, ma richiede di volta in volta un'analisi attenta e scrupolosa sia dal punto di vista normativo che di scelta dei partner a cui affiancarsi.

Cosa rappresenta per voi il canale on-line?

È una vetrina importantissima per il nostro marchio, in quanto non solo costituisce una rilevante fonte di business ma ci permette di arrivare direttamente al consumatore finale con tutte le novità. Inoltre, attraverso il nostro canale on line facciamo conoscere tutte le nostre iniziative e promozioni. Il nostro approccio al web è totale. Non solo ci ha consentito di ampliare il business attraverso il canale e-commerce ma grazie al nostro dipartimento marketing mettiamo in atto su base settimanale innovative attività digitali e un dettagliato piano editoriale con contenuti esclusivi e accattivanti. L'omnicanalità è l'evoluzione che meglio rispecchia l'attuale scenario e che introduce il concetto di uniformare l'esperienza del consumatore attraverso tutti i canali che interessano lo shopping: dispositivi mobile, app, desktop, punti vendita, chioschi multimediali nei negozi, direct mail.

Ci parli delle novità “digital”.

Attraverso i nostri social, in particolare Facebook, siamo in grado di raggiungere costantemente le nostre estimatrici in maniera originale e innovativa. Abbiamo ad esempio realizzato

nell'ultimo anno alcuni contest destinati alle studentesse universitarie sfidandole a colpi di look con la supervisione dei nostri stylist, make up artist e hair stylist.

Quali saranno invece le novità di Silvan Heach per la stagione autunno/inverno 2015?

Magia e stile, il tutto condensato in un'anima rock. Questo il mix perfetto che meglio di ogni altro descrive la prossima collezione autunno/inverno 2015-2016. Dedicata a una donna giovane, determinata e consapevole, che ama vivere la vita nella sua interezza, abbiamo dato vita a una proposta molto femminile che punta a illuminare chi la indossa grazie a tessuti preziosi e sofisticate applicazioni. Non da meno, abbiamo voluto dare spazio anche a tutte coloro che preferiscono un look più casual grazie all'inserimento, oltre al denim, di t-shirt, felpe e maglieria arricchite comunque da dettagli ricercati.

Nel capitale da alcuni anni avete il fondo “made in Naples” Vertis: qual è il suo apporto anche ai fini organizzativi e per quanto tempo prevedete che vi affiancherà nello sviluppo degli affari?

Abbiamo aperto il capitale ai fondi di private equity gestiti da Vertis che hanno acquistato una partecipazione di minoranza nella società Arav attraverso un investimento complessivo pari a 9 milioni di euro. L'importante iniezione di liquidità ci ha consentito di accelerare lo sviluppo dei nostri marchi sia sul mercato interno che, soprattutto, in termini d'internazionalizzazione. L'uscita di Vertis dal capitale avverrà quando i tempi saranno maturi, ma essendo per ora una prospettiva a lungo termine, non mi sento di rilasciare dichiarazioni più specifiche. ■



Chantecler
CAPRI



gioielleria

Iannicelli
1 8 7 2

Via Mazzini 67 - Caserta
Via Mazzocchi 23 - Santa Maria Capua Vetere (CE)





MANUEL RITZ

Paride Saccoia.

Nato a Napoli il 6 febbraio 1989. È un pallanuotista, vicecapitano del Posillipo, club in cui è cresciuto. Conquista la LEN Euro Cup nel 2015, nella finale tutta napoletana contro l'Acquachiara. Studia Economia Aziendale.

PARIDE SACCOIA

*“Dopo l’Euro Cup
mi manca solo
la laurea”*

DI ALESSANDRA CARLONI
FOTO DI ROBERTO CHIOVITTI

La carriera del pallanuotista Paride Saccoia si riassume in una sola parola: Posillipo, la squadra della sua città, dove ha iniziato a giocare a soli 16 anni. Oggi che ne ha 26 è uno dei più giovani atleti del suo campo a ricoprire il ruolo di vice capitano. In comune con il principe troiano di cui porta il nome ha la bellezza statuaria forgiata da anni di sacrifici. Questi ultimi non sono pesati all'attaccante del Posillipo che, anzi, dichiara di non riuscire a vivere senza l'adrenalina degli allenamenti e delle competizioni. La pallanuoto è il perno intorno al quale ruota l'esistenza del giovane vice capitano che, reduce dal trionfo all'Euro Cup, già pensa ad un altro titolo, quello accademico di Dottore in Economia aziendale.

Lo scorso aprile avete finalmente messo le mani sull'Euro Cup, l'unico titolo che mancava nel vostro palmares.

È stata una grande emozione e una bella serata, ancora di più perché venivamo da una stagione non facile, con un cambio di allenatore. La piscina Scandone era gremita, c'erano oltre 5000

“

*Il talento non basta.
Ci vogliono disciplina,
determinazione e propensione
al sacrificio. Senza sacrifici
non si raggiunge l'obiettivo.
Devi essere caparbio, non devi
mollare mai. Si dice che lo
sport è come la vita, è vero:
vince chi non si abbatte, chi
supera gli ostacoli, chi
impara dalle sconfitte.*”

persone. Abbiamo messo in bacheca la coppa che ci mancava e adesso dobbiamo guardare avanti e pensare a fare sempre meglio, magari prendendo delle nuove leve per rafforzare la squadra.

Come si è avvicinato a questo sport?

Ho iniziato a fare nuoto a 4 anni, al Circolo Posillipo. Dopo dieci anni era diventato monotono per me e ho deciso di passare alla pallanuoto. A 14 anni ho fatto le prime presenze in nazionale giovanile e a 16 ero in serie A, nel Posillipo. La pallanuoto è una passione e un elemento importantissimo della mia vita, non sarà mai solo un lavoro per me.

Quali altri interessi coltiva?

Facciamo doppio allenamento tutta la settimana e giochiamo nel week end, poi studio Economia Aziendale alla Federico II. Mi resta davvero poco tempo libero.

Che clima c'è fuori dalla vasca, tra colleghi siete anche amici?

Certo, usciamo anche con i giocatori di altre squadre. Forse è per il fatto che nel nostro sport non girano troppi soldi, ma quello della pallanuoto è un ambiente pulito, c'è un clima sereno e pacifico.

Come vede la sua vita tra dieci anni?

Non saprei...mi vedo laureato, mi piacerebbe avere una famiglia, dei figli, il senso della vita è tutto lì. Se rimango nell'ambito della pallanuoto mi vedo più dirigente che allenatore. Per le discipline che studio dovrei acquisire le competenze per migliorare le condizioni di questo sport.

La pallanuoto riesce a competere con il calcio nel cuore dei napoletani?

Si dice che il napoletano sia fissato con il calcio, in realtà secondo me è assatanato di sport in generale. Se c'è una squadra con degli obiettivi e si crea l'evento, lui risponde, che si tratti di basket, di pallanuoto o di tennis. Il calcio gode di risorse economiche ben più importanti e quindi di un maggiore potere in termini di pubblicità e comunicazione, la differenza è tutta qui. Come ho già detto, quando abbiamo giocato la finale



SCOPRI LA NUOVA COLLEZIONE ESTATE



Bracciale in argento
da €79



Charms in argento
da €19



Anelli in argento
da €29

PANDORA
UNFORGETTABLE MOMENTS

Lasciati ispirare dalla collezione di gioielli in argento Sterling 925, oro 14k e pietre preziose.
Scopri il negozio più vicino su www.pandora.net o acquista online su estore-it.pandora.net.
Seguici su facebook.com/Pandora.Italia.



“*Non so se sarò un impiegato, un dirigente o un imprenditore, so soltanto che il domani non mi spaventa e che se mi pongo un obiettivo e lo voglio davvero, posso realizzarlo. Sono convinto che se una persona si impegna al cento per cento in una cosa, ha buone probabilità di ottenere ciò che vuole.*”

dell'Euro Cup la Scandone era spettacolare, gli organizzatori hanno dovuto allestire un maxischermo nel vicino PalaBarbuto.

Quali caratteristiche non possono mancare ad una persona per diventare un atleta ai massimi livelli?

Ovviamente il talento, ma non basta. Ci vogliono disciplina, determinazione e propensione al sacrificio. Senza sacrifici non si raggiunge l'obiettivo. Devi essere caparbio, non devi mollare mai. Si dice che lo sport è come la vita, è vero: vince chi non si abbatte, chi supera gli ostacoli, chi impara dalle sconfitte.

Ha trascorso metà della sua vita tra allenamenti e gare. Sono stati più i sacrifici o le gratificazioni?

Senza dubbio le gratificazioni. Non riesco a stare fuori allenamento, per stare bene mentalmente, devo stare bene fisicamente. È una vita impegnativa ma a me piace. Poi c'è il gruppo, gli amici, tra di noi ci divertiamo. È la cosa che mi gratifica di più al mondo altrimenti avrei smesso: la vita è una e bisogna goderla.

Ora che è vice capitano sente più la responsabilità o la soddisfazione?

Prevale la soddisfazione perché sono abbastanza giovane per questo ruolo e poi a me fa solo piacere prendermi delle responsabilità. Abbiamo un bravo capitano, Valentino Gallo, che sa gestire tutte le situazioni e i conflitti interni sono pochi. Siamo tutti ragazzi intelligenti, siamo cresciuti insieme. Il mio ruolo mi fa sentire più responsabile nei confronti delle altre squadre e della società, questo sicuramente.

Paride, cosa farà "da grande"?

Chi può dirlo, ho tante strade aperte davanti a me. Non so se sarò un impiegato, un dirigente o un imprenditore, so soltanto che il domani non mi spaventa e che se mi pongo un obiettivo e lo voglio davvero, posso realizzarlo. Sono convinto che se una persona si impegna al cento per cento in una cosa, ha buone probabilità di ottenere ciò che vuole.

Lei è un ottimista o sbaglio?

Sì, e spero di conservare sempre questo spirito. Qualcuno potrebbe pensare che sono giovane, in realtà, pur sapendo come va la vita non mi demoralizzo. ■

TAGLIATORE





Villa Axel Munthe ad Anacapri

42

DI EMANUELE DI BARTOLO

i'M LUGLIO-AGOSTO 2015



Come incipit di questa nostra passeggiata caprese in compagnia di Axel Munthe, quale migliore definizione di Villa San Michele che lui stesso fece: “Casa semplice, bianca, aperta al sole, al vento, alla voce del mare come un tempio greco e luce, luce dappertutto”. Al termine della scala fenicia, nel comune di Anacapri, sorge Villa San Michele. Nel 1895, a seguito di una sua visita a Capri, intravide nella vegetazione una cappella abbandonata col tetto sfondato. Fu un colpo di fulmine e l'acquistò subito. Sembra che anche l'isola si innamorò di lui tanto che durante i lavori di restauro gli fece scoprire una villa romana lì vicino.

Munthe, allora, recuperò marmi ed opere che costituirono il primo nucleo di reperti che andarono a decorare la sua villa. Ma il restauro durò molti anni, sia perché le comunicazioni con il resto dell'isola erano difficili, essendo la scala fenicia l'unica via d'accesso, sia perché lui in quanto medico dovette assentarsi spesso e quindi non seguire i lavori che terminarono nel 1897. La villa si trova a 327 sul livello del mare ed è circondata dal parco nel quale l'architettura, l'arte e la natura confluiscono armonicamente. La percezione della bellezza è immediata. Villa San Michele è l'unica dimora isolana importante del secolo scorso, conservata nel suo stato originale ed aperta al pubblico tutti i giorni, domeniche e feste



comprese, senza esclusioni.

La notevole collezione di marmi e oggetti d'arte è la più corposa di tutta l'isola e si deve alla passione per l'archeologia dello stesso Munthe che qui raccolse inizialmente i reperti che i contadini trovavano nei loro campi e che poi fu arricchita dalla acquisti presso gli antiquari di mezza Europa e da donazioni di quelli che lo conoscevano.

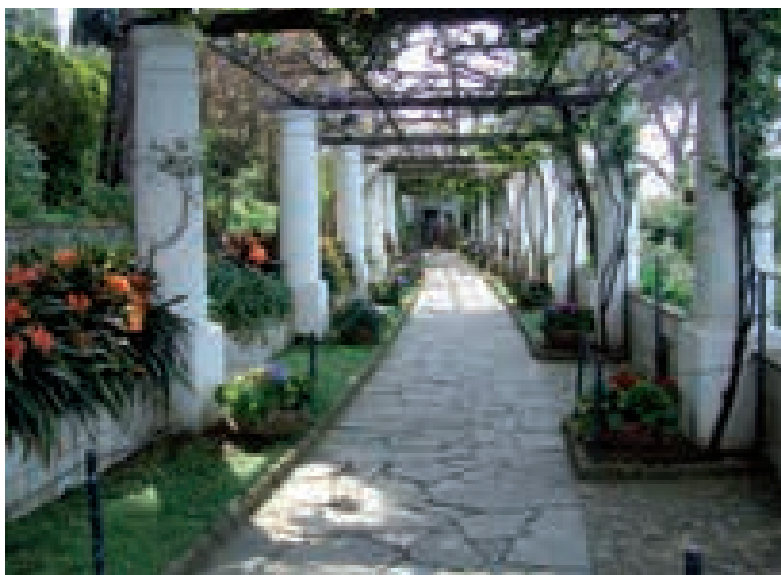
Tra i principali oggetti c'è la testa di Medusa che adornava il tempio di Venere a Roma, oggetti di arte sacra medievale, mobili settecenteschi provenienti dalla Toscana, affreschi e sculture romane come il busto in marmo dell'Imperatore Tiberio, il tavolo con lastra marmorea in stile cosmatesco, e soprattutto la sfinge egizia divenuta quasi il simbolo della villa stessa. Una piccola leggenda riguarda quest'opera:



Nel 1895, a seguito di una sua visita a Capri, intravide nella vegetazione una cappella abbandonata col tetto sfondato. Fu un colpo di fulmine e l'acquistò subito. Sembra che anche l'isola si innamorò di lui tanto che durante i lavori di restauro gli fece scoprire una villa romana lì vicino.

se si poggia la mano sinistra sul dorso dell'animale e si guarda nella sua stessa direzione esprimendo un desiderio, questo si avvererà.

Quando si parla di Axel Munthe si dovrebbe premettere il titolo di dottore. Spesso si trascurava la figura di medico e diagnostico del "padrone di casa". Sì perché il dott. Axel Munte è stato un innovatore coraggioso, un medico moderno, uno straordinario sperimentatore del dialogo ed uno dei primi medici, ad affermare la validità arricchente e risolutrice di quella che oggi si chiama la pet therapy, la vicinanza di un animale che può aiutare a risolvere molti malanni di origine psichica.





LIU:JO

napoli via filangeri 6/7, via scarlatti 163/165 • **giugliano** via roma 25 •
marcianise loc. aurno, centro commerciale campania, s.s. sannitica 87 •
nola vulcano buono, loc. boscolangone • **salerno** corso vittorio emanuele 180



“La dimora del genio” l’ha definita qualcuno. È una casa della memoria, conservata come lui l’ha voluta, costruita e vissuta. Non si può restare indifferenti di fronte ad un concentrato di arditezza architettonica, nitore di linee, saggia miscela di arte e natura, panorami di domestica intimità che si trovano attorno e dentro San Michele.

Infaticabile è stato anche la sua attività di scrittore, da questo punto di vista grazie al suo *La storia di San Michele* il suo nome fu conosciuto in tutto il mondo. Il libro venne pubblicato a Londra nell’aprile del 1929 dall’editore inglese John Murray. Ed è subito un trionfo. Le edizioni vennero stampate a decine – se ne contano 29 in due anni nell’originale inglese – e le traduzioni in più di 50 lingue ne fanno, come hanno scritto i critici di allora, “il libro più letto con la Bibbia e il Corano”. Axel Munthe donò nel 1949 al suo paese, la Svezia, la villa. Oggi costituita come fondazione con l’impegno di sostenere relazioni culturali tra Italia e Svezia. Impegno che assolve in maniera notevole ospitando borsisti svedesi che giungono o sono di passaggio a Napoli.

Villa San Michele è aperta per farsi scoprire ogni giorno dell’anno. L’architettura eclettica presenta le collezioni e rimarca la bellezza del paesaggio. Dal colonnato che collega la Villa alla Cappella si gode una straordinaria vista sul golfo con Ischia, Procida, la Penisola sorrentina, il Vesuvio e gli Appennini. Della costruzione, tutta bianca, colpiscono le aperture che sposano il cielo e il mare. “La dimora del genio” l’ha definita qualcuno. È una casa della memoria, conservata come lui l’ha voluta, costruita e vissuta. Non si può, comunque, restare indifferenti di fronte ad un concentrato di arditezza architettonica, nitore di linee, saggia miscela di arte e natura, panorami di domestica intimità che si trovano attorno e dentro San Michele. ■

SILVIAN HEACH



PANDORA

Nel cuore delle donne

48

DI **SERGIO GOVERNALE**

I'M LUGLIO-AGOSTO 2015

Pandora: un marchio di gioielli che non ha bisogno di presentazioni. I bracciali, i charm e gli anelli sono infatti già amati dalle donne. Lo dimostrano i numeri, in costante crescita a livello mondiale. Ma “vogliamo entrare ancora di più nel cuore delle donne”, spiega l'amministratore delegato Massimo Basei, che segue il marchio fin dai suoi esordi in Italia appena cinque anni fa. “Per questo – annuncia – abbiamo lanciato il progetto 'Pandora Donne X il Domani'. Un concorso che ha l'obiettivo di scoprire e far scoprire donne speciali che nella loro vita di tutti i giorni fanno qualcosa di realmente straordinario”. Per saperne di più si può consultare il sito Internet www.pandoradonnexildomani.it.

Quando è arrivato il gruppo in Italia?

Pandora è arrivata in Italia a luglio del 2010. Ormai sono cinque anni che siamo qui.

Quando è stato creato il bracciale componibile che ha reso il marchio famoso a livello internazionale?

Nel 2000 nasce il nostro bracciale Moments, che ci ha resi famosi in tutto il mondo e che ancora oggi, a distanza di quindici anni, continua a darci molte soddisfazioni.

Qual è la strategia di espansione nel Belpaese?

La nostra strategia mette sempre al centro il consumatore che cerchiamo di raggiungere in modo capillare grazie alla coesistenza di una rete di negozi monomarca, sia diretti che in franchising, e di gioiellerie multimarca. E da novembre 2014 anche attraverso l'e-commerce, per il nostro pubblico più digital!

Quanti sono i punti vendita e quanti prevedete di aprirne?

Ad oggi siamo presenti in Italia in circa 750 punti vendita. Di questi poco più di 40 sono monomarca. La nostra espansione non è ancora terminata, ma più che al numero delle porte abbiamo a cuore la qualità dell'esperienza d'acquisto dei nostri clienti finali.

Cosa distingue il gioiello Pandora dagli altri?

Il nostro bracciale, amato dalle donne italiane, è un gioiello componibile, che permette a ogni donna di costruire la propria storia. Il nostro universo di gioielli offre una scelta molto ampia: dai bracciali e charm agli anelli, lanciati con successo durante l'autunno dello scorso anno. Vogliamo diventare il brand di gioielli più amato dalle donne, entrando nel loro cuore, con gioielli di alta qualità a un prezzo accessibile.



Massimo Basei

*Il colosso danese famoso nel mondo per i suoi gioielli continua la sua crescita. E dedica un concorso all'universo femminile, che è davvero speciale. Parola dell'Ad **Massimo Basei**.*



“ Il nostro bracciale, amato dalle donne italiane, è un gioiello componibile, che permette a ogni donna di costruire la propria storia. Il nostro universo di gioielli offre una scelta molto ampia: dai bracciali e charm agli anelli, lanciati con successo durante l'autunno dello scorso anno. Vogliamo diventare il brand di gioielli più amato dalle donne, entrando nel loro cuore.

Come prevedete di “catturare” nuove clienti?

Sicuramente continuando a puntare sulla qualità e sul design dei nostri gioielli. Le nostre attività di comunicazione mirano sempre a entrare nel cuore di tutte le donne, presentandoci come un brand inclusivo e non esclusivo.

Quali sono le novità di quest'anno?

Nel 2015 vogliamo puntare ancora di più sugli anelli, che, come dicevo, sono stati accolti in maniera molto positiva dalle nostre clienti. Ma anche su Essence Collection, una nuova collezione di bracciali e charm che permette a tutte le donne di esprimere i propri valori.

Il brand si può considerare anche un po' made in Italy, visto che in alcune collezioni sono presenti i vetri di Murano?

Da italiano posso solo essere fiero del fatto che parte della nostra collezione sia costituita da gioielli in vetro di Murano, un'eccellenza tutta italiana, soprattutto perché sono alcuni tra i charm più amati dalle nostre clienti.

Ci parli di Pandora: quando nasce e cosa rap-

presenta oggi nel mondo?

Pandora nasce nel 1982 in una bottega di Copenhagen, in Danimarca, dove ha sede il nostro quartier generale. Oggi rappresenta un brand globale, i cui gioielli sono venduti in più di 90 Paesi nel mondo, in sei continenti, attraverso una rete di circa 9.600 punti vendita, tra i quali oltre 1.400 negozi monomarca. Pensi che nel 2014 abbiamo prodotto circa 91 milioni di gioielli.

Dove vengono prodotti i gioielli?

Vengono prodotti in Thailandia a Gemopolis, dove Pandora ha la propria sede produttiva. Qui vi lavo-



www.albano.it



ALBANO

NAPOLI PIAZZA S. CATERINA CHIAIA, 17 - NAPOLI VIA LUCA GORDANO, 70

rano circa 8.600 colleghi, che rifiniscono a mano tutti i nostri gioielli. Sono dei veri artigiani che assicurano l'altissima qualità di tutte le nostre collezioni.

Qual è la filosofia del marchio?

Il nostro obiettivo è diventare il brand di gioielli più amato al mondo. Vogliamo infatti celebrare tutte le donne, entrando nei loro cuori. A tal proposito, sono molto orgoglioso di promuovere il progetto "Pandora Donne X il Domani". Un concorso tutto al femminile, lanciato il 15 giugno e che si pone come obiettivo quello di scoprire e far scoprire donne speciali che nella loro vita di tutti i giorni fanno qualcosa di realmente straordinario. Ma non voglio svelarvi di più. Andate sul sito internet www.pandoradonnexildomani.it.

Quando è stato quotato alla Borsa di Copenhagen?

Siamo quotati dal 2010. La quotazione rappresenta uno dei passaggi più importanti nella nostra storia.

Quali sono i canali "digital" di Pandora?

A livello italiano, presidiamo il mondo digital con il nostro sito Internet www.pandora.net/it-it, costantemente aggiornato con tutte le novità, e con il profilo Facebook di Pandora Italia che permette a tutte le nostre fan di essere sempre informate su quello che succede nel mondo Pandora: nuovi gioielli, collezioni, progetti speciali... Al momento contiamo più di 400 mila fan. Infine, come menzionato sopra, i clienti più digitalizzati, possono acquistare sul nostro negozio on-line: il Pandora eStore (estore-it.pandora.net, ndr). A livello globale, lato social, oltre alla pagina Facebook, si aggiungono i profili Instagram, Pinterest e Youtube!

Passiamo ai numeri: qual è il fatturato 2014 e quali le previsioni per i prossimi anni di Pandora?

Siamo molto soddisfatti dei nostri risultati. Il 2014 è stato il nostro anno migliore fino ad ora con un fatturato nel mondo di 1,6 miliardi di euro, in crescita del 33% rispetto al 2013. Continuiamo a essere ottimisti anche per il 2015, dato che prevediamo di chiudere l'esercizio in corso con un fatturato globale superiore ai 2 miliardi di euro. Una crescita importante che testimonia la bontà del nostro operato. Siamo molto soddisfatti anche dei risultati del mercato italiano. Anche le clienti italiane ci stanno premiando e il nostro "sell out" nel 2014 è cresciuto a pari perimetro di oltre il 40%.

Lei ha seguito la sua creazione fin dall'inizio?

Sì, ho l'onore di essere stato il dipendente numero uno, forse il primo a credere in questa entusiasmante avventura. Da soli, però, si fa ben poco. Devo ringraziare, infatti, tutti i colleghi italiani che con grande passione hanno contribuito al successo di Pandora in Italia.

Come immagina Pandora Italia da qui a, diciamo, tre-cinque anni?

La immagino un'azienda ancora in crescita, con il sorriso... Spero davvero che il nostro brand diventi il più amato tra le donne. ■



“ Il 2014 è stato il nostro anno migliore fino ad ora con un fatturato nel mondo di 1,6 miliardi di euro, in crescita del 33% rispetto al 2013. Continuiamo a essere ottimisti anche per il 2015, dato che prevediamo di chiudere l'esercizio in corso con un fatturato globale superiore ai 2 miliardi di euro. Una crescita importante che testimonia la bontà del nostro operato. Anche le clienti italiane ci stanno premiando e il nostro "sell out" nel 2014 è cresciuto a pari perimetro di oltre il 40%. **”**



Harmont & Blaine
junior

SHOP ONLINE AT harmontblaine.jp

info@harmontblaine.jp



IDEE PER LA MIA CASA

www.riflessiart.it



Tavolo Shanghai con base in acciaio
rivestita con pietra arenaria Rivergrey
Piano ovale in cristallo sp. 12 mm,
120 x 200 cm. Sedia Sveva in eiconabuk.

Store: MILANO, piazza Velasca 6

NAPOLI, via Kennedy 423 1, 409
REGGIO CALABRIA, C.so Garibaldi 545

 www.facebook.com/Riflessiart - info@riflessiart.it - Tel. (+39) 085 9031054



RIFLESSI®
DESIGNED AND MADE IN ITALY



LIU·JO
UOMO

LIU·JO

Prima l'uomo poi la borsa

56

DI **SERGIO GOVERNALE**

i'M LUGLIO-AGOSTO 2015



Giuseppe Nardelli

Dopo Luxury la linea maschile: i fratelli Marchi stringono un nuovo patto con la famiglia napoletana Nardelli.

È iniziata come una storia d'amore tra ragazzi, che poi si è trasformata in un successo imprenditoriale fondendo i soprannomi dei due fidanzatini: Marco Marchi, patron di Liu Jo, chiamato Jo dalla compagna dell'epoca che rispondeva al vezzeggiativo Liu. Parliamo del marchio di moda femminile emiliano che fa capo a Marco e al fratello maggiore Vannis e che ora si è aperta all'uomo grazie a una partnership con il napoletano Giuseppe Nardelli, titolare in esclusiva della linea maschile. È il secondo patto stretto con la famiglia partenopea, visto che Liu Jo Luxury è affidato da anni a Bruno Nardelli, fratello minore di Giuseppe. A rivelarlo è Marco, che è anche head of Style del brand di Carpi (Modena). Che fa un pensiero alla quotazione a Piazza Affari. Mentre il gruppo continua a crescere e a espandersi. Dopo aver aperto quindici flagship store dedicati all'uomo, entro fine anno la maison emiliana punta a inaugurarne altri undici, di cui uno in Spagna e un altro in Germania. Guardando sempre più ai mercati internazionali, da cui arriveranno le maggiori vendite in futuro.

Come e quando nasce l'idea di creare una linea uomo, che si va ad aggiungere a quella per la donna e al segmento luxury?

Liu Jo è un brand lifestyle e ora, dopo il lancio delle brand extension dedicate a orologi e gioielli e a fragranze ed eyewear, crediamo sia giunto il momento di presidiare un'area strategica come quella dell'abbigliamento maschile.

È il napoletano Giuseppe Nardelli a seguire in toto l'attività?

Sì, ad oggi rappresenta l'interlocutore di riferimento. Vanta un rapporto intimo con Liu Jo, con cui condivide scelte strategiche e di prodotto, in un'ottica di completa sinergia attraverso un rapporto di licenza.

Ci parli di Co.Ca.Ma., l'azienda che gestisce il brand.

Nasce nel 2004 dall'intuizione di Giuseppe e in pochi anni diventa un'azienda leader nella commercializzazione all'ingrosso e al dettaglio di prestigiosi marchi di moda italiani e internazionali come Guess, Blumarine, G-Star e, appunto, Liu Jo. Nel 2012 scegliamo l'azienda come partner strategico e le affidiamo la gestione in licenza esclusiva del marchio maschile. Co.Ca.Ma. si occupa dell'intera filiera, che va dallo studio delle collezioni, alla realizzazione dei capi, fino alla distribuzione degli stessi ed è inoltre proprietaria e gestore di tutti gli store Liu Jo Uomo in Italia e all'estero. Oggi l'azienda na-





poletana vanta un fatturato in crescita costante, con picchi di oltre il 200%, e oltre 120 dipendenti, distribuiti tra la sede centrale di Nola e i nostri punti vendita.

Quali sono i suoi legami con la famiglia Nardelli?

Ho un legame che è prima di tutto professionale, ma mi fa piacere sottolineare la stima e l'amicizia personale che ci lega.

Quando ha conosciuto Giuseppe?

Diciotto anni fa all'inizio della mia avventura con Liu Jo, in occasione di collaborazioni commerciali.

Quanto vale la parte “maschile” sul vostro bu-

siness?

È una storia relativamente recente, che non risulta ad oggi così significativa sul totale del business, ma data la dinamicità della crescita ci aspettiamo il raggiungimento di obiettivi ambiziosi.

Peserà quindi in futuro sempre di più in base alle vostre previsioni?

Sì, lo speriamo.

Quanti sono i punti vendita del marchio maschile in Italia e all'estero?

Ad oggi sono aperti quindici punti vendita sul territorio italiano ed entro la fine dell'anno abbiamo in previsione altre undici aperture in Italia, una in Spagna e una in Germania.



“

Possiamo fare affidamento su un patrimonio netto importante e al momento l'azienda continua a crescere con mezzi propri. Il futuro dell'azienda passa attraverso una serie di continue valutazioni, anche rispetto al tema del ricambio generazionale e, data la volontà di raggiungere nuovi mercati, quella della Borsa potrebbe essere una soluzione possibile.

58



Marco Marchi

SWAN - HONEY RESIN - MILANO COLLECTION



styling: M. C. C. - P. M. C. C.

Pouellato

MILANO COLLECTION

ERRICO GIOIELLI - VIA KERBAKER, 3 - NAPOLI

GIOIELLERIA MONETTI - VIA DEI MILLE, 12 - VIA SANTA BRIGIDA, 60 - NAPOLI



Cosa rappresenta per voi il canale on-line?

Di sicuro un'opportunità per affrontare in modo innovativo la logica della vendita e per poter avere un rapporto più diretto con il consumatore.

Quale sarà la strategia di espansione del brand?

Oggi ci stiamo focalizzando sullo sviluppo dei mercati esteri e sull'espansione del canale retail.

Come immagina Liu Jo tra cinque anni?

Mi immagino un'azienda come sempre più protagonista, un riferimento per il mondo fashion.

Qual è il fatturato della società e quali sono le previsioni per i prossimi anni?

Nel 2014 le vendite sono state pari a circa 300 milioni di euro. Le previsioni per il futuro sono di continua crescita.

Per crescere avrete bisogno di capitali esterni?

Fortunatamente no. Possiamo fare affidamento su un patrimonio netto importante e al momento l'azienda continua a crescere con mezzi propri.

Siete mai stati contattati da fondi di investimento?

Sì, da molti. Dati i risultati positivi raggiunti negli ultimi anni e i valori di redditività, Liu Jo è considerata da più parti una delle "aziende più appetibili"

nel segmento fashion.

Anche stranieri?

Certo.

È vero che state decidendo se far entrare un socio finanziario o quotarvi in Borsa?

Il futuro dell'azienda passa attraverso una serie di continue valutazioni, anche rispetto al tema del ricambio generazionale e, data la volontà di raggiungere nuovi mercati, quella della Borsa potrebbe essere una soluzione possibile.

Napoli-Carpi si conferma così un asse portante nel fashion italiano, ma l'anno prossimo, quando magari assieme a Nardelli andrete allo stadio per seguire le partite di serie A, sarete ancora così "amici"?

Assolutamente sì: il nostro rapporto è solido e va al di là della passione per le rispettive squadre sportive.

Il nome Liu Jo, che ha un suono internazionale, in realtà è rigorosamente made in Italy: vuole ricordare da dove deriva?

Il nome deriva da una storia d'amore, come spesso succede per i casi di successo: quando ero giovane avevo una fidanzatina che soprannominavo Liu, mentre lei mi chiamava Jo. La relazione è poi finita naturalmente, ma il nome è rimasto e ancora oggi lo considero di ottimo auspicio. ■

FASHION & SPIRITUAL



NARDELLI

LIU•JO
Luxury





i'M *made in Naples*



Chiara Nasti.

A soli 17 anni è una delle fashion blogger più famose: 865.000 followers su Instagram, 120.000 fan sulla pagina Facebook, 260.000 sul profilo privato Fb e 30.000 followers su Twitter ed il blog con più di 8.000 visitatori unici al giorno.

CHIARA NASTI

*La fashion Blogger
prodigio*

DI ILARIA CARLONI
FOTO DI PAOLO PUOPOLO
MAKE UP/HAIR STYLIST DI ALFREDO DI COSTANZO
E PASQUALE GUERRIERI

Tutto è iniziato con un cellulare regalato ed un selfie. Le sue foto in rete sui vari social network hanno avuto subito un enorme successo, ed i "like" erano così tanti, che un giorno una fan le consigliò di aprire un blog. La baby fashion blogger è diventata un prodigio. I risultati sono incredibili: 865.000 followers su Instagram, 120.000 fan sulla pagina Facebook, 260.000 sul profilo privato Fb e 30.000 followers su Twitter ed il blog con più di 8.000 visitatori unici al giorno. Un successo strepitoso, raccontato in un libro della Mondadori, "Nastilove, diario di una fashion blogger" nel quale Chiara racconta tutta la sua vita: la famiglia, la scuola, il lavoro, i fan. Un fenomeno mediatico senza precedenti quello di Chiara Nasti, che a sentirla sembra non aver però perso l'ingenuità dei suoi 17 anni e la leggerezza della vita adolescenziale, che passa tra un compito in classe e uno shooting.

Come è nata l'idea di un blog?

In modo semplice e spontaneo, mi divertiva l'idea di avere un mio spazio online dove poter mostrare le mie foto, ed eccoci qui!

Spieghi cosa è esattamente un blog ai meno giovani?

In generale lo definirei uno spazio, una piccola casa virtuale dove poter costruire qualcosa di carino. Dove sentirsi liberi di parlare di ciò che si vuole stabilendo un dialogo con le persone.

Il tuo rapporto con la fotografia, i selfie in particolare: come hai iniziato?

Sono figlia dell'era digitale! Tutto ha avuto origine da un cellulare, che ha portato al primo selfie.

Il rapporto con il tuo aspetto? Ti piaci molto?

Abbastanza direi! Certo, non amo tutto di me e soprattutto, data l'età, sono in continua evoluzione, infatti di anno in anno mi vedo diversa.

Come affronti le critiche?

Di solito non me ne curo molto a meno che non siano costruttive. Ci sono stati episodi in cui ho molto sofferto, ma cerco di non far vincere le emozioni negative nel mio lavoro.

L'invidia è un po' il male del secolo: come la vivi? La subisci, la affronti o la ignori?

Cerco di affrontarla o in linea di massima la ignoro.



“

Non temo che finisca, ma sono consapevole che cambierà ed io sto studiando proprio per non trovarmi impreparata e per poter intraprendere un giorno altri tipi di lavori.

”







Il tuo rapporto con le donne. Riesci a trovare complicità o solamente rivalità?

Ho tante amiche donne, oltre a una mamma e una sorella fantastiche.

E con gli uomini? Come è la situazione sentimentale di Chiara Nasti?

Assolutamente piatta direi (ride ndr).

La famiglia come vive la tua popolarità? In particolar modo tua sorella Angela, si sente oscurata dalla tua personalità/personaggio?

Angela è meravigliosa, mia complice al cento per cento. Tra noi non c'è alcuna rivalità, anzi, mi difende sempre e mi dà molta forza.

Temi che prima o poi questo clamore possa finire?

Non temo che finisca, ma sono consapevole che cambierà ed io sto studiando proprio per non trovarmi impreparata e per poter intraprendere un giorno altri tipi di lavori.

In che modo stai sfruttando questo momento positivo?

Mi diverto e mi godo il momento.



“
Un successo che arriva in una fase delicata come l'adolescenza e comporta di non riuscire più a vivere in modo ordinario quest'età, ma è solo il risvolto della medaglia. Ognuno sceglie la propria strada e con questa le sue conseguenze.
”

Ipnotica.

Nuova Classe S Coupé. Quando le parole finiscono, parlando le emozioni.



Mercedes-Benz
The best or nothing.

Consumo combinato (litri/100 km): A 4 (35-45 AMG Coupé) e 18,3 (35 4MATIC Coupé). Emissioni CO₂ (g/km): 279 (35-45 AMG Coupé) e 229 (35 4MATIC Coupé).

A.M.B. S.p.A.

Concessionaria Ufficiale di Vendita Mercedes-Benz

Agnano (NA), Via Antiniana 38, tel. 081.6100418.21/22/45

Cardito (NA), Via E. Fermi ang. S.S. Sarnitica, tel. 081.6800136.35/36/37

amb.mercedes-benz.it

SELEZIONE AUTO S.p.A.

Concessionaria Ufficiale di Vendita Mercedes-Benz

Napoli, Via delle Repubbliche Marittime 2, tel. 081.2435121.26/28/38

Caserta, S.S. Appia Ico, Ponteselle, tel. 0823.210531

selezioneauto.mercedes-benz.it

“

Giuro che non ho minimamente idea di quanto ho guadagnato con questo lavoro! La mia famiglia gestisce tutto e mi fido di loro al 100%.

”

I soldi ti hanno cambiato la vita? In che modo? Come li gestisci?

Giuro che non ho minimamente idea di quanto ho guadagnato con questo lavoro! La mia famiglia gestisce tutto e mi fido di loro al 100%.

Un successo che arriva in un'età delicata come la adolescenza che rischi comporta?

Quello di non riuscire più a vivere in modo ordinario questa età, ma è solo il risvolto della medaglia. Ognuno sceglie la propria strada e con questa le sue conseguenze.

Cosa ti ha dato e cosa invece ti ha tolto il successo sulla rete?

Mi ha portato tanto divertimento, ma anche qualche insicurezza in più.

Se potessi tornare indietro cosa rifaresti e cosa no?

Rifarei tutto!

Ti manca mai la tua vita precedente, quella fatta di ingenuità e normalità?

No, perché continua ad essere così, tra compiti in classe intervallati a shooting.

Come ti vedi tra vent'anni?

Sicuramente mamma!

Un aggettivo per definirti. I'M?

Lucky. ■





SILVIAN HEACH
Kids

LIU·JO

UOMO





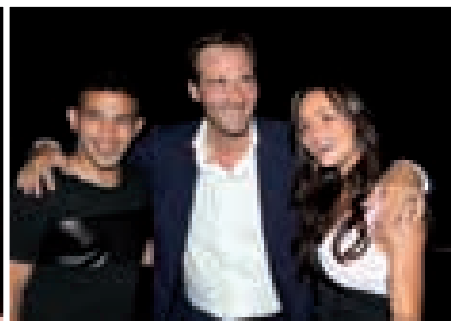


DI LAURA CAICO
FOTO DI FRANCESCO PAOLO ESPOSITO,
MARIO LUISE, ANNALISA CARBONE, MARIO ROSSI

i'M Magazine



Gira la boa dei sette anni

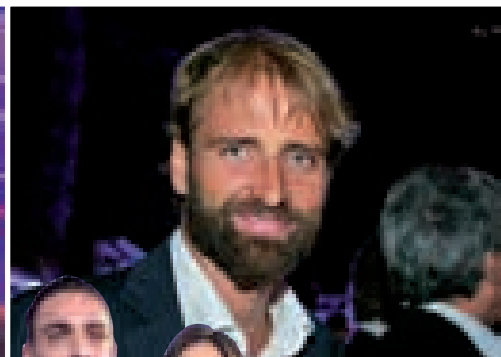




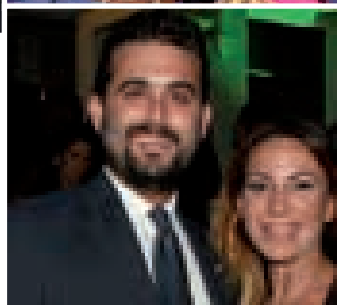
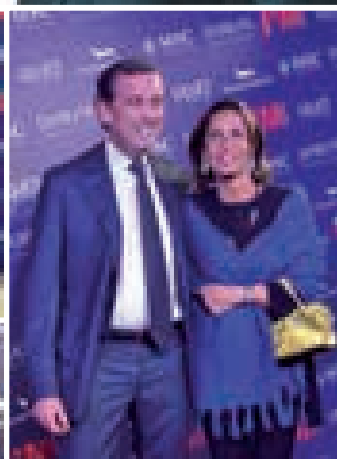
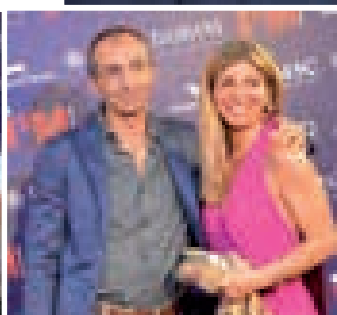
Un compleanno in grande stile. La crisi del settimo anno non sfiora l'anniversario di I'M magazine, festeggiato a Villa Diamante con un attesissimo party che ha quasi paralizzato il traffico viario tra Chiaia, Vomero e Posillipo: la festa, organizzata dall'attore ed editore della rivista Maurizio Aiello e dalla moglie Ilaria Carloni direttore editoriale è sempre un successo, ma questa settima ricorrenza si è mostrata più scintillante del solito di luci, glamour e celebrities venute da Roma e Milano. In perfetta linea con le star, il main sponsor della serata: le sneakers gioiello limited edition firmate Salvatore Decristofaro, l'imprenditore napoletano che ha sdoganato il concetto classico della sneaker realizzandola con diamanti veri e oro ed interamente dipinte a mano da famosi designer. Ad illuminare Villa Diamante, i fari sciabolanti del light planner Peppe Sabatino di Tecnoservice, che hanno accompagnato la sfilata di ospiti



*Un compleanno in grande stile.
La crisi del settimo anno non sfiora
l'anniversario di I'M magazine,
festeggiato a Villa Diamante
con un attesissimo party che ha
quasi paralizzato il traffico viario
tra Chiaia, Vomero e Posillipo.*

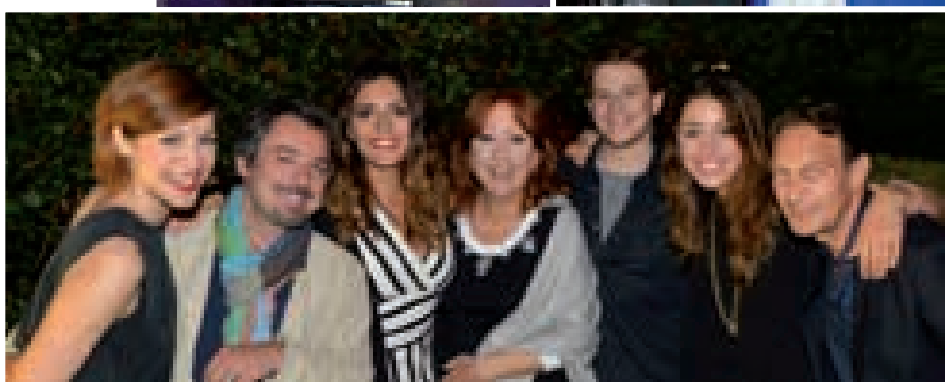


sul red carpet, che vedeva sullo sfondo il backdrop con i loghi dei prestigiosi sponsor: Msc, Harmont & Blaine, Liu Jo Luxury, Damiani. Ad accogliere tutti, sempre sorridenti, ecco i "padroni di casa" Ilaria Carloni, in sexy abito di voile nero con maliziose trasparenze by Nino Lettieri e Maurizio Aiello sobrio nel completo made in Naples realizzato dal maestro Luigi Dalcuore dell'omonima sartoria, rappresentata da Damiano Annunziato e Cristina Dalcuore. Tra gli altri sponsor che non sono voluti mancare al party con i loro brand: Patrizia Pepe che ha vestito le sei bellissime modelle all'accoglienza, Mercedes della concessionaria A.M.B. spa che ha esposto in anteprima la nuova CLA shooting brake, Perris Monte Carlo, un marchio di profumi di lusso che ha scelto la festa di I'M Magazine per lanciare, per la prima volta in Italia, le sue cinque nuove linee, poi gli immancabili Chupa Chups andati a ruba, Swarovski che ha donato brillantissimi omaggi ai Vip, Caffè Kimbo, rappresentato da Paola Rubino titolare con i fratelli Michele e Alessandra dell'azienda con il marito Sergio Di Sabato, che hanno offerto agli ospiti una degustazione delle nuovissime capsule, Confetti Maxtris rappresentati dalla splendida coppia di Nicola Prisco e Daniela Garofalo, e dal testimonial Enzo Miccio. Tra un susseguirsi di accecanti flash del





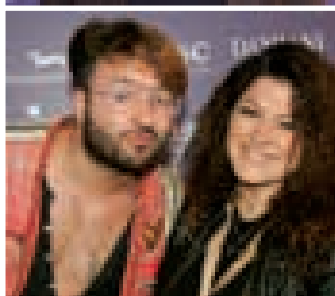
*Sul prato di Villa Diamante
è stata esposta in anteprima
la nuova Cla shooting brake
Mercedes, ammirata da tutte
le celebrities intevenute.*



battaglione di fotoreporter assiepati sul red carpet per catturare istantanee degli invitati già passati al vaglio della rigorosa security, visti arrivare gli altri inserzionisti di l'FM: Antonio Paone vicepresidente della sartoria Kiton, i fratelli Bruno, Giuseppe e Mimmo Nardelli di Liu Jo Luxury, Liu Jo uomo e gioielli, Ciro Perrella proprietario della Fiera del mobile di Riardo, Giulio Guasco amministratore delegato di Harmont & Blaine, Leonardo Massa country manager Italia di Msc Crociere, Lello Carlino presidente di Carpisa, Silvio Staiano titolare di Capri Watch, Luigi Fammiano amministratore unico di Riflessi, Armando Saggese di Dorabella, Giancarlo Fimiani della Apple store, Luigi Nusco di Nusco porte, Raffaele de Giorgio di Marika gioielli, Dino Laudiero di Laudiero Assicurazioni, Tiziana Mauro di Camomilla e Mariano Baldissara di Grimaldi Group. A questi si è aggiunto un folto gruppo costituito da vari atleti tra cui il nuotatore olimpico Massimiliano Rosolino, il campione olimpionico Diego Occhiuzzi e il pallanuotista cubano dell'Acquachiarà Amaury Pérez, oltre che dai calciatori del Napoli come Gonzalo Higuain, Dries Mertens, Christian Maggio, Walter Gargano, Jonathan De Guzman ("blindati" sul roof garden con il responsabile

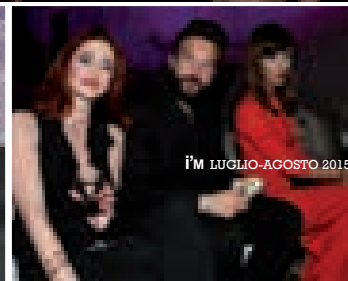
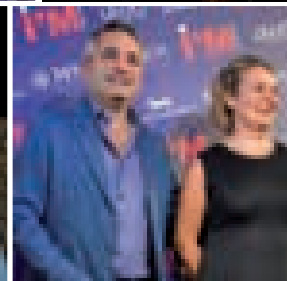
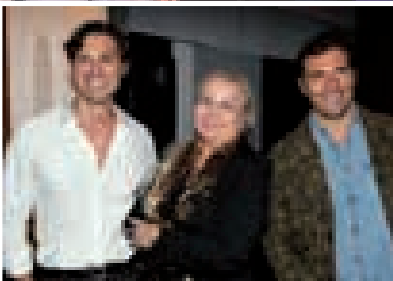
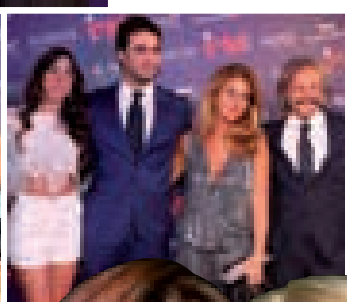
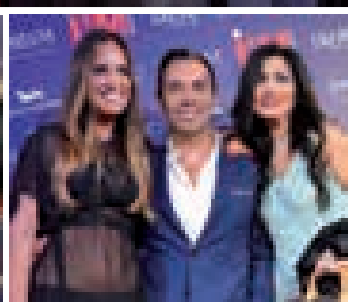


Guido Baldari e il figlio del Presidente Edo De Laurentiis). Immancabili gli amici di sempre come lo scultore Lello Esposito, e la nutrita squadra di attori di "Un posto al sole" composta da Ilenia Lazzarin, Riccardo Polizzi Carbonelli, Alberto Rossi, Mario Porfito, Patrizio Rispo, Marzio Honorato, Marina Tagliaferri, Germano Bellavia, Davide Devenuto, Luisa Amatucci, Claudia Ruffo, Miriam Condurro, Michelangelo Tommasi, Marina Tagliaferri, la cantante Monica Sarnelli, le star teatrali Giacomo Rizzo e Gino Rivieccio, e Rosaria De Cicco, i protagonisti del recente successo cinematografico "Ci devo pensare" Mimmo Esposito e Shalana Santana arrivata in compagnia del marito il noto dentista Alessandro Lucaks, l'impresaria teatrale Claudia Mirra in lungo chic, Sergio Assisi e Massimiliano Gallo, Serena Rossi, il "fondamentalista" Simone Schettino, il rocker Fabrizio Fierro, l'interprete di Edoardo Gero in "Le tre rose di





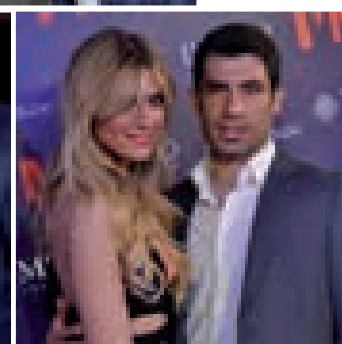
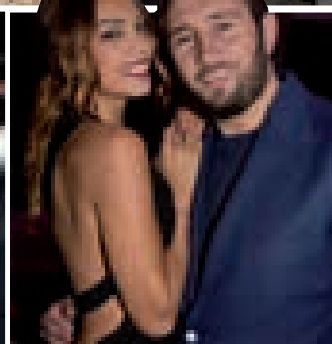
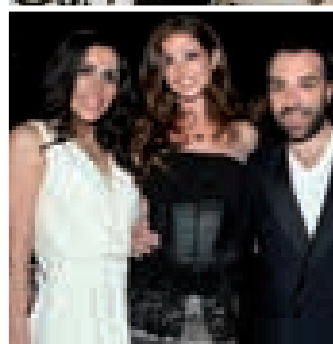
Eva" Luca Capuano, il simpatico "Gennarino" della serie TV di Raiuno "Capri" Lucio Caizzi, l'illusionista Angelo Fedele (in arte Mister Angie), la seducente conduttrice Veronica Maya con il marito chirurgo plastico Marco Moraci, la show woman Lucia Cassini, la cantante e attrice Anna Capasso, Francesco Paolantoni, Veronica Mazza, Michele Caputo, Peppe Iodice, Salvatore Misticone, Antonio Pennarella, la subrettina Lisa Fusco con la sorella Anna, il cabarettista Gaetano De Martino, Luigi Di Fiore, Gianluca Di Gennaro, Carmine Recano, Yari Gugliucci e molti altri. Colpo d'occhio sulle attraenti modelle Nicole Tramontano, Clementina Coronella, Dalila Di Maio, Carmen Fran-

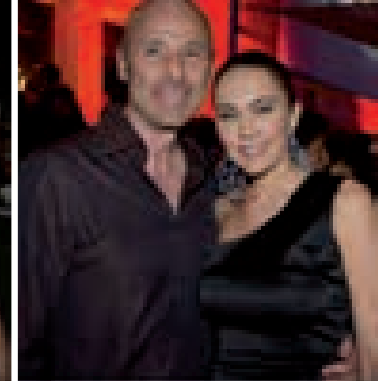




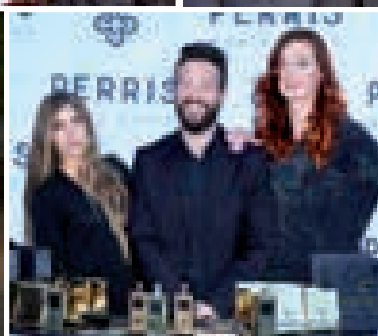
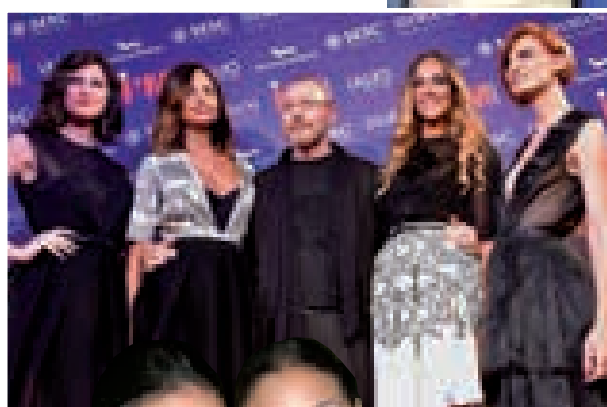
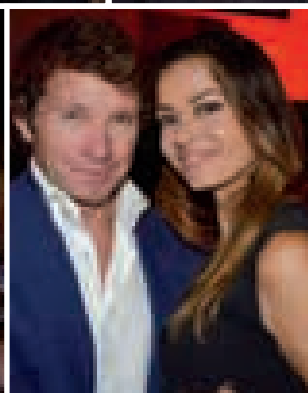
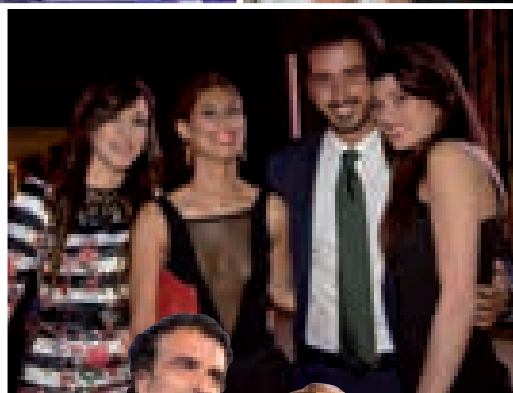
La festa ha raggiunto l'acme con il taglio del sorprendente dolce a tre piani ideato e realizzato dalla "regina delle torte" Giada Baldari di Sugarqueen.

zese giunte in compagnia dello stilista Nino Lettieri e vestite con gli abiti della sua ultima collezione, sulle indossatrici Laura Tresa e Simona Iacolare con ombelichi al vento (trendy diffuso nella serata, arrivato a superare di numero anche le scollature sensuali come quella dell'avvenente titolare del Centro Benessere "My Institute" Stella Gianicola e gli spacchi vertiginosi di Titty Petrucci), sul fascinoso Max Neri già supermodello e titolare del Kukai ristorjap di Napoli e Capri in attillata camicia bianca, sull'aitante Max Campanile di Aldo Coppola in tenuta casual chic, sul "divino mondano" Mino Cucciniello in una mise ca-



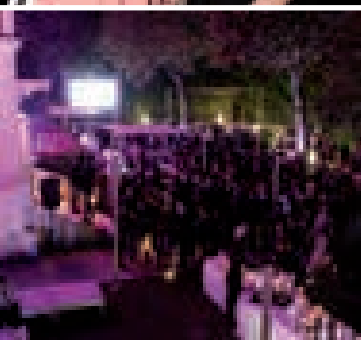
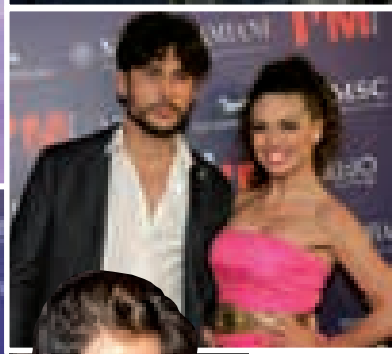


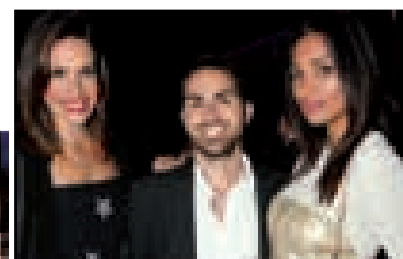
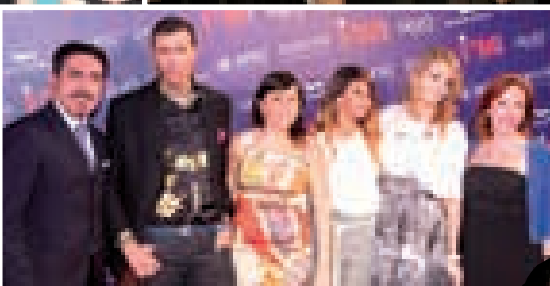
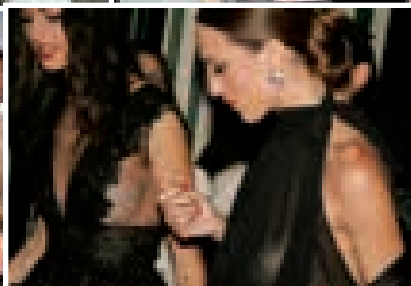
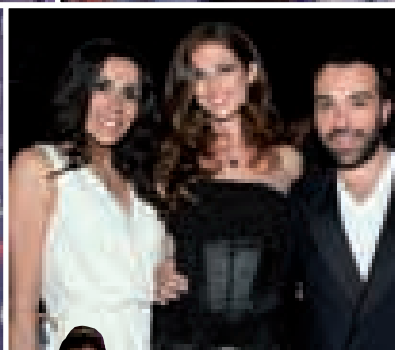
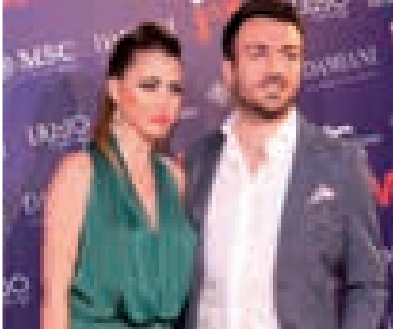
prese "d'ordinanza" con giacca blu, pantaloni rossi e revival di camicia a fiorellini anni '70. Con il supporto dell'insostituibile Gennaro, del direttore Carmine Esposito e del maitre Leopoldo Annunziata, in rappresentanza del presidente Diamante Menale, gli chef di Villa Diamante hanno abilmente ristorato con un rapido buffet a braccio - e con la successiva cena con portate mediterranee e vini dell'azienda vinicola di Generoso Di Meo - i 1500 invitati distribuiti su tutti gli spazi interni ed esterni dell'elegante struttura di via Manzoni: sull'onda scatenata della consolle del Dj Checco Tè prosciugati anche l'open bar, il punto Kimbo e la confettata Maxtris che lanciava le golose novità estive alla ciliegia e al limone. La festa ha raggiunto l'acme con



il taglio del sorprendente dolce di compleanno a tre piani ideato dalla "regina delle torte", la cake designer Giada Baldari - arrivato direttamente dal colorato negozio di via Poerio "Sugar-Queen" - e punteggiato dalle copertine dei 7 anni di pubblicazioni di l'M, con in cima il logo ruotante del magazine e l'ultimissima cover con Paolo Cannavaro (assente giustificato perché in ritiro sportivo): i coniugi Aiello tagliano la prima fetta per poi scambiarsi un bacio appassionato fra gli applausi, i flash, le richieste di bis e i brindisi augurali. Visti, Enzo Rivellini, Bianca D'Angelo, il direttore del "Roma" Antonio Sasso con Tony Iavarone, Diego Paura e Sasà Caiazza, Annamaria

Colao primario di Endocrinologia del Policlinico II reduce dal successo della grande sfilata "Le Chicche Italiane" by Francesca Ciccarelli svoltasi all'hotel Gli Dei di Pozzuoli per il Campus Salute da lei fondato, Gianni Lettieri, il Console di Bulgaria Gennaro Familietti con la moglie Rosy, Roberta e Giuliano Buccino Grimaldi, Flavia Fummo, Franco Fraioli, il produttore creativo di un posto al sole Fabio Sabboni, gli stilisti Nino Lettieri, Alessandro Legora De Feo e Alessio Visone, i gioiellieri Gabriella e Raffaella Monetti, Marina Nappa e Giovanni Iannicelli, gli autori di "Una lunga notte" Maurizio De Giovanni e Alessandra D'Antonio, Carmen Sposito, Enzo Ar-





genzio, lo scultore Lello Esposito, la pittrice Cristina Ascarelli, Sara Lubrano, Amedeo Scarola direttore Unicredit, Ramona Amodeo, il chirurgo Ivan La Rusca, Lorenza Lucaks con Marco Benevento - neogenitori di Mattias - il personal trainer Pasquale Pignalosa, Lina Carcuro, la famiglia del pediatra Alfredo Ponticelli, Ludovica Fusco, Anna Ferraioli, Michele Misurelli, Franco Paolo Serra, Maurizia Moriello, Mario Talarico Jr con Svetlana, Rossella Capatano, Roy Capasso, il presidente di Blu Duemila Marco Del Gaiso con il figlio Vincenzo, Emanuela D'Amore, Alfredo Mariani, Cecilia Donadio, Tonino Colangelo, Antonio Coviello, Antonio Pugliese, Serena Albano, Cristina Cennamo, Vanni e Rosy Fondi, Fabrizio Carloni e Mena Di Napoli, Alessandra e Guido Militerni, Valeria e Edoardo Della Rocca, Mary De Pompeis, Vittorio Ianniello direttore della gioielleria Damiani di Napoli, Fiorenza Serra, Loredana Maddaloni, Emanuela Di Napoli, Isa Paola Mazio, Alessandra e Valeria Barbaro, Nina Salza, Francesco Sangiovanni, Daniela Garofalo, Paolo Serpone, Alessandra Rubinacci, Annalisa De Luggo. ■

RIFLESSI

L'arredamento contemporaneo si "specchia" nel Golfo Persico

DI SERGIO GOVERNALE

Dopo la Russia, l'azienda abruzzese conquista con il suo made in Italy Emirati Arabi e Arabia Saudita. Prossimi obiettivi Europa (Londra), Stati Uniti (Miami) e America Latina. Senza dimenticare lo Stivale, dove entro fine anno aprirà nuovi punti vendita a Firenze, Torino, Roma, Palermo e Bari.

“Riflessi” del made in Italy si “specchiano” nel Golfo Persico. Dopo aver sedotto il mercato russo, l'azienda abruzzese d'arredamento contemporaneo conquista gli Emirati Arabi e l'Arabia Saudita. E già pensa a sbarcare in America Latina, Stati Uniti ed Europa. Partendo nel 2016 con il flagship store di Londra. Ad annunciarlo è Luigi Fammiano, uno dei titolari della società di Ortona Riflessi che produce mobili, sedie, tavoli, specchi e molti altri arredi. Tutti con un rigoroso Italian style. “Recentissima è la partnership con uno dei più importanti importatori dell'area del Golfo, presente con diversi showroom tra gli Emirati Arabi Uniti e l'Arabia Saudita, dove buona parte delle nostre collezioni ha incontrato grandissimo consenso, confermato nelle ultime tre edizioni di Index Dubai cui abbiamo partecipato”, rivela l'imprenditore.

La strategia di distribuzione all'estero, spiega Fammiano, “consiste nel cercare partner – distributori o importanti catene di negozi – al fine di penetrare al meglio il territorio utilizzando canali preferenziali e qualificati. L'obiettivo è sempre quello di avere “vetrine”, negozi con presenza di prodotti in mostra. I clienti devono conoscere e quindi apprezzare il nostro brand per il prodotto, per le sue caratteristiche e la qualità”.

Oltre agli Emirati, i mercati di primario interesse per Riflessi sono l'Europa, l'America Latina e gli Stati Uniti. Il Paese dove l'azienda è già presente da circa due anni è la Russia con un partner importante come Mobil Zeit. Ora il prodotto, prosegue l'imprenditore, “sta aprendo le porte all'azienda anche in America”, dove è in programma l'apertura di uno show room l'anno prossimo a Miami.

Riflessi nel frattempo non trascura l'Italia, dove intende consolidare la propria presenza. “L'idea – afferma Fammiano – è quella affiancare alla distri-



buzione propri flagship store portatori dei valori e dell'immagine dell'azienda che riassumano tutta la filosofia e l'impegno che abbiamo dedicato in questi ultimi anni. Dopo l'apertura dello store di 400 metri quadrati a Milano, che per l'azienda era e rimane una piazza strategica che sta dando belle soddisfazioni, l'idea è quella di allargare a tutte le principali città la presenza del brand con partnership strategiche con i clienti che sposano in toto i nostri valori". Così dopo la città meneghina e Napoli, è arrivato all'inizio del 2015 lo store di Reggio Calabria. "E sono in programma altre cinque aperture entro fine anno, tra cui la prima a Firenze. Poi sarà la volta di Torino, Roma, Palermo e Bari", continua l'amministratore unico.

Quella di Riflessi è una storia di successo frutto di una vocazione al design che ha radici nella memoria, assieme a un perfetto mix tra estetica, funzionalità e praticità. Con una grande attenzione alla sostenibilità, che scaturisce dal rispetto per l'uomo e l'ambiente. L'azienda ha conosciuto nell'ultimo decennio una rapida evoluzione, con una crescita continua e costante che è passata dalla produzione di soli specchi alla realizzazione di un'ampia gamma di complementi d'arredo, tavoli e consolle multifunzione, madie, sedie, recentemente lampade, tutti nel segno



La vocazione al design - inteso come equilibrato mix tra bello e utile, tra forma e funzione - e la valorizzazione del capitale umano sono i due elementi cardine dell'azienda, che ha voluto creare al suo interno un centro di ricerca e sviluppo. Una realtà unica nel suo genere dove, come nelle botteghe rinascimentali, si incontrano professionalità esperte e giovani creativi che vengono accolti e invitati a proporre idee o soluzioni.

di eleganza e funzionalità. Così il fatturato nel 2014 è arrivato a 9 milioni e per il 2015 la crescita sarà davvero impetuosa. "Contiamo di raggiungere i 15 milioni", è la sfida di Fammiano e soci. Che attualmente realizzano il 75 per cento del proprio giro d'affari in Italia, dove pensano di espandersi nel canale contract delle forniture ad alberghi e complessi residenziali. Ma che contano di crescere anche all'estero partendo proprio dagli Emirati.

Ma è tutta la storia umana e imprenditoriale che ha il sapore di una sfida vissuta sul campo. Una sfida che la società ha saputo vincere grazie alla sua particolare sensibilità e ad alcune felici intuizioni: puntare su qualità e servizio, ponendo particolare attenzione nel cogliere le suggestioni che arrivano dall'esterno e nell'amalgamarle con il proprio stile.

La strategia di Riflessi è semplice e lineare: scommettere sulla comunicazione che gradualmente ha reso visibile a un pubblico sempre più vasto l'azienda e i suoi prodotti e, soprattutto, focalizzare la propria attenzione sui gusti, gli orientamenti e le



Dorabella

Primavera - Estate 2015

Elenore
Casalegno

dorabella.it



NAPOLI
VIA CHIAIA, 185



esigenze dei clienti, creando così una forte sinergia tra i loro desideri e la creatività e la competenza di chi deve dare corpo ai propri sogni. L'azienda crea arredi dallo stile rigoroso, coniugando forme la cui bellezza si misura con le esigenze di praticità, tipiche delle abitazioni contemporanee. Quello di Riflessi è uno stile contemporaneo, caratterizzato da linee pulite ed essenziali, "ammorbidite" da delicati interventi decorativi realizzati con particolari tecniche di lavorazione, come la serigrafia e la martellatura. Ogni pezzo è il risultato di un percorso unico, fatto di ingredienti e "sapori" diversi, di ricordi personali, di citazioni di vita vissuta, tradizione e design, ma anche di ascolto e di collaborazione tra competenze diverse. Tutto sintetizzato da una produzione totalmente e rigorosamente made in Italy e da una flessibilità produttiva che rende possibile "sartorialità" e personalizzazione. La vocazione al design – inteso come equilibrato mix tra bello e utile, tra forma e funzione – e la valorizzazione del capitale umano sono i due elementi cardine dell'azienda, che ha voluto creare al suo interno un centro di ricerca e sviluppo. Una realtà unica nel suo genere dove, come nelle botteghe rinascimentali, si incontrano professionalità esperte e giovani creativi che vengono accolti e invitati a proporre idee o soluzioni. Una vera e propria "fucina" di talenti che qui trovano terreno fertile per esprimersi e partecipare a un reale processo produttivo. Il centro è infatti il motore di tutto il processo di sviluppo dei prodotti. Al suo interno vengono ideati e progettati tutti gli arredi e si studiano soluzioni funzionali. Qui si sviluppano nuove tecnologie e s'incontrano saperi contemporanei che si fondono a competenze artigiane in grado di realiz-

zare lavorazioni recuperate dall'oblio. Un lavoro d'equipe che mette al centro l'unicità di ciascun individuo per realizzare un progetto comune. Per il canale contract è ad esempio già allo studio una collezione ad hoc, con arredi in ecopelle, piuttosto che in tessuto, propilene e poliuretani.

Il rapporto con l'ambiente – in senso culturale, come memoria e tradizione, e in senso etico, come rispetto e sostenibilità – è il terzo tassello che compone il mosaico della filosofia di Riflessi. L'azienda infatti vive intensamente il proprio territorio ed esprime l'amore per le proprie radici con gesti concreti: dal recupero e valorizzazione di tecniche artigianali che rischiano di andare perdute alla filosofia del "chilometro zero", attuata selezionando una rete di fornitori specializzati sul territorio. "Come la partnership nelle Marche con una fabbrica per la produzione delle sedie o in Brianza con un altro produttore", racconta l'imprenditore. Questa scelta mira a valorizzare le risorse autoctone e a riportare fasi di produzione in ambito locale, creando un circolo virtuoso che va dall'abbattimento dei costi di trasporto alla riduzione dell'inquinamento, grazie anche all'impiego di materiali di altissima qualità e completamente riciclabili, come il legno, il vetro e l'alluminio. Senza dimenticare la qualità della pietra, del marmo, del cristallo, dell'acciaio e della pelle.

Il risultato finale di questa filosofia produttiva è che ogni pezzo di Riflessi è rigorosamente made in Italy. Bellezza e funzionalità, identità e tensione verso il nuovo, ascolto e accoglienza: questa è la concezione olistica del mobile, che fa di Riflessi una realtà unica nel campo dell'arredamento contemporaneo. ■



DALCUORE

nepoli



Carlo Buccirosso.

È spesso presente nei film e sceneggiati di Carlo Vanzina, nel ruolo stereotipato dell'uomo napoletano medio o piccolo-borghese, ma ha saputo essere anche un ottimo Cirino Pomicino ne "Il divo" di Sorrentino e l'amico imprenditore di Jep Gambardella ne "La grande bellezza".

CARLO BUCCIROSSO

Un David per il suo camorrista

DI ALESSANDRA CARLONI

Durante la 59ª edizione dei Premi David di Donatello, uno stupito Carlo Buccirosso ha ricevuto la statuetta come miglior attore non protagonista per "Noi e la Giulia" di Edoardo Gubino, il film che vince il David Giovani. Non siamo stupiti noi, dal momento che i suoi personaggi suscitano sempre un'enorme e istintiva simpatia, forse perché il più delle volte sono artefici del proprio destino avverso, dei moderni Fantozzi. Come il camorrista "sfigato" di "Noi e la Giulia", o Michelino de "L'amico del cuore", che "presta" la moglie al migliore amico per esaudirne l'ultimo desiderio. Il suo "Nuntant" è entrato nella storia della comicità. Come il divertentissimo Stefano di "...e fuori nevicata!", ragazzo lavoratore che è sempre stato vicino alla madre e a Cico (Nando Paone), fratello disturbato che si rivela molto acuto. L'attore napoletano non si limita alla comicità e neppure alla recitazione, esprimendo il suo talento artistico anche come regista e commediografo. Le commedie di cui è autore, regista e protagonista fanno sempre il "tutto esaurito", sono divertenti e fanno riflettere al tempo stesso. Parlano con un linguaggio antico come quello della commedia napoletana, dei fantasmi del nostro tempo. Così è stato per "Il miracolo di Don Ciccillo" con cui ha portato in scena una normale famiglia italiana alle prese con lo spettro della crisi economica, simboleggiato dall'incombente presenza di Equitalia nella vita di un cittadino qualunque, o per "La vita è una





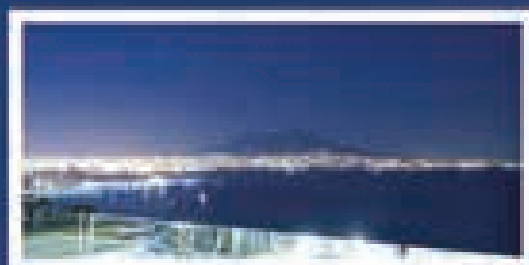
Carlo Buccirosso premiato con il David di Donatello

cosa...meravigliosa!" in cui il protagonista Mario Buonocore, rappresentato da Carlo Buccirosso, deve affrontare guai con la Guardia di Finanza che lo ha "pescato" durante un controllo random perché il suo tenore di vita è superiore a quello che lo stipendio da capotreno permette. Anche l'ultima sua fatica teatrale, "Una Famiglia quasi perfetta", tratta in modo originale e con ironia un tema delicato come quello dell'adozione. Stavolta l'attore interpreta un padre naturale che piomba nelle vite di due amorevoli genitori adottivi, rivendicando la paternità del figlio. La comicità non è l'unica chiave della sua capacità espressiva, come ha ampiamente dimostrato con l'interpretazione di Cirino Pomicino ne "Il Divo" di Paolo Sorrentino che gli è valsa un Ciak d'oro e una nomination ai David di Donatello, e con quella dell'amico imprenditore di Jep Gambardella ne "La grande bellezza", fortunato film, anch'esso di Sorrentino. Nonostante la sua presenza ventennale sulla scena artistica italiana, con una versatilità che lo ha portato a raccogliere consensi e gratificazioni tra cinema, teatro e il piccolo schermo, Carlo Buccirosso è un artista fuori dal comune, che si astiene dal frequentare i salotti televisivi, che si distingue per la riservatezza. Non fa mistero di non amare le "ospitate" per sponsorizzare i suoi spettacoli, di non voler lavorare a tutti i costi e di aver sacrificato qualche opportunità pur di rimanere fedele a se stesso. Il fatto che lo si veda raramente fuori dal set e che rilasci poche interviste, lascia intendere che preferisce far parlare la sua arte. ■

Carlo Buccirosso è un artista fuori dal comune, che si astiene dal frequentare i salotti televisivi, che si distingue per la riservatezza. Il fatto che lo si veda raramente fuori dal set e che rilasci poche interviste, lascia intendere che preferisce far parlare la sua arte.



Villa Diamante



Eventi - Ristorante - Catering



Villa Diamante - Via Manzoni, 131b - info: 081 575 24 33 - www.villadiamante.it



MARINA DI CAMEROTA

*Alla scoperta
della **Perla del Cilento***

Fondata il 17 Luglio 1848, quando Ferdinando II Borbone firmò il decreto che stabiliva "L'aggregato di case lungo il litorale di Camerota", la cosiddetta

Perla del Cilento si colloca nel Parco Nazionale del Cilento e Vallo di Diano, patrimonio dell'UNESCO. Il nome ha origini legate al mito, in questo caso a quello della fanciulla Kamaraton. La leggenda vuole che il nocchiero di Enea, Palinuro, se ne innamorò follemente ma lei lo respinse. Colpevole di amore non corrisposto, la fanciulla venne trasformata in roccia da Venere, ed il masso in questione è proprio quello su cui si erge il paesino alle falde del monte Bulgheria. Sono 22 i Km. di costa che delineano le sinuose curve del litorale incontaminato di Marina di Camerota. Il mare azzurro e le spiagge di sabbia dorata, sono l'attrattiva principale per i turisti che ogni anno scelgono "La Perla" come meta per le loro vacanze. Le bellezze, sia marine che terrestri, fanno di questo luogo uno dei più suggestivi del mondo con le sue pittoresche insenature ed i promontori rurali tappezzati di una lussureggiante vegetazione mediterranea. Caratteristiche del luogo sono le grotte paleontologiche, che costituiscono uno dei tanti tesori incastonati in queste terre. Infatti, per via della natura carsica del suolo, Marina di Camerota è nota per le interessanti insenature naturali dalla toponomastica tetra e talvolta bizzarra. Partendo dalla Grotta del Ciclope, si estende la fascia costiera da cui si ramificano una infinita varietà di antri naturali, come la Grotta del Pesce, quella dell'Autaro e della Caprata. Da segnalare l'importanza della Grotta Sepolcrale, dove furono ritrovati i resti di un ominide simile all'Uomo di Neanderthal. Di una bellezza a dir poco mozzafiato è la Grotta degli Innamorati: la leggenda vuole infatti che qui, intorno al XIII secolo, avessero trascorso la loro luna di miele due innamorati le cui nozze erano contrastate dalle rispettive famiglie. Altre ancora si trovano sulla costa, e sono raggiungibili soltanto via mare, tra queste: la Grotta di Santa Maria, nelle cui rocce è scolpita la Vergine in preghiera, e la Grotta delle Noglie, cosiddetta per il doppio ingresso a forma di salsicce napoletane.

Fra le altre bellezze naturalistiche del luogo è possibile ammirare le famose



La spiaggia di Cala Bianca è a dir poco paradisiaca, classificata addirittura da Legambiente come "La spiaggia più bella d'Italia". A Cala d'Arconte si stagliano invece le spiagge di Porticello e d'Arconte, autentiche gemme immerse nella natura.



spiagge e cale; la più famosa è la Baia degli Infreschi che con il suo Porto è stata dichiarata Oasi marina protetta del WWF. La spiaggia di Cala Bianca è a dir poco paradisiaca, classificata addirittura da Legambiente come “La spiaggia più bella d'Italia”. A Cala d'Arconte, tra le scogliere ricoperte di pini marittimi ed ulivi secolari, si stagliano invece le spiagge di Porticello e d'Arconte, autentiche gemme immerse in una natura tutte da esplorare. Polo del turismo campano, Marina di Camerota incanta e rapisce particolarmente per la struttura dell'antico borgo marinaro, rimasto intatto nel corso dei secoli con i suoi caratteristici vicoli. Ed è proprio in questi vicoli che il paese prende magicamente vita. Al centro dell'economia di Camerota c'è il settore alberghiero, che con i suoi alberghi e ristoranti costituisce il motore del sistema produttivo del paese. La cucina cilentana ha radici antichissime risalenti addirittura al periodo greco-romano, gli ingredienti principali sono quelli tipici della dieta mediterranea e la vera specialità del luogo sono le alici ed il pesce azzurro, solitamente fritti con la pastella. Da provare i “fusilli alla cilentana” (con carne e formaggio di capra) e le “zeppole cu' sciuriddi” (zeppole con i fiori di zucca). Degne di nota anche le cosiddette “sciambielle” (melanzane ripiene) e le zeppole bolite, dolce tipicamente natalizio. Per gli estimatori enologici, c'è una vasta gamma di vini del Cilento, a seconda del territorio, che comprende più di 50 comuni riconosciuti con il marchio DOC; consigliati il Cellaia Cilento nelle sue versioni bianco e rosso ed il famosissimo Piediroso. Da come avrete già intuito, l'attaccamento alle radici e l'amore per il passato rappresentano tutto per gli abitanti di questa terra dalle immutate tradizioni, legate soprattutto alle festività spirituali. La Madonna del

Al centro dell'economia di Camerota c'è il settore alberghiero, che costituisce il motore del sistema produttivo del paese. La cucina cilentana ha radici antichissime risalenti addirittura al periodo greco-romano, gli ingredienti principali sono quelli tipici della dieta mediterranea e la vera specialità del luogo sono le alici ed il pesce azzurro.

MY LIFE DESIGN STORIES

Wall System sistema librerie, design Rodolfo Dordoni.

Tibeto divano e tavolino, Santa Monica Home poltrona, design Jean-Marie Massaud.



Franchino & Co.
home design

Via Domitiana, 249, 81034 Mondragone (CE)
tel. 0823 975308 | info@franchino.it | www.franchino.it

Poliform



Carminè, che si festeggia il 16 Luglio, è la protettrice di Marina di Camerota e viene celebrata attraverso una messa e la tradizionale processione, durante la quale è prevista una sosta presso il lungomare per assistere ad uno spettacolo pirotecnico. Unica e sorprendente è inoltre la processione in onore di Santa Rita da Cascia, che viene portata in giro, a passo d'uomo, su una Fiat 500 completamente rivestita di fiori raccolti nei giardini delle case di Marina. Un ulteriore balzo indietro nel tempo ce lo regala l'artigianato del posto, che vede come assoluta protagonista la lavorazione d'argilla. Rivisitata in chiave moderna, la materia dalla quale vengono ricavati vasi e recipienti, è l'elemento alla base delle cosiddette "mommole", caratteristiche brocche porose capaci di mantenere l'acqua costantemente fresca. Ma-

rina di Camerota è l'essenza della tradizione campana: i miti, la storia ed i paesaggi sono la concreta e nobile rappresentazione dello spirito regionale e ne catturano appieno l'essenza. Il calore, le sfumature del mare e la varietà di bellezze naturalistiche fa della "Perla" una delle mete più gettonate dai turisti che cercano un positivo distacco dalla frenetica routine giornaliera. Queste, le parole di Pietro Visconti per descrivere un luogo così unico nel suo genere: "Questa plaga costiera è ignota ai più; è ignota forse anche agli stessi nativi; è certo ignota agli altri italiani del Mezzogiorno, che se ne vanno in solluchero per altre stazioni balneari: stazioni di soggiorno e di villeggiatura eleganti, non c'è dubbio, ma coste e afose, nonché prive di riposante pace, che qui invece ne costituisce l'elemento essenziale". ■

“ Questa plaga costiera è ignota ai più; è ignota forse anche agli stessi nativi; è certo ignota agli altri italiani del Mezzogiorno, che se ne vanno in solluchero per altre stazioni balneari: stazioni di soggiorno e di villeggiatura eleganti, non c'è dubbio, ma coste e afose, nonché prive di riposante pace, che qui invece ne costituisce l'elemento essenziale. ”

kerlite

COTTO D'ESTE PROJECT



RINNOVA LA TUA CASA
CON SOLO 3,5 mm
SENZA DEMOLIRE

UN PRODOTTO INNOVATIVO

Questa ceramica porcellanata ultra sottile, bianca, lucida, è adatta per
tutte le superfici: pareti, pavimenti, docce, bagni, cucine,
corridoi, scale, terrazze, piscine, giardini, esterni, interni.
Niente polvere, rumore e rifiuti. Inconfondibile e sicura.
Rinnova la tua casa in un attimo.

COTTO D'ESTE
Nuovi Superfici

LA BELLEZZA
IN
CERAMICA

RIVENDITORE RACCOMANDATO

EDIL CRISCI

Via San Alfonso - DORAZZANO (RM) tel. 0623.96.54.96 - edilcrisci@edilcrisci.it
aperta anche sabato pomeriggio

i'M made in Naples



Mario Talarico senior ed il nipote Mario junior

TALARICO

*La degna risposta
alla cineseria*

100

DI ALESSANDRA MILITERNI
FOTO DI FRANCESCO PAOLO ESPOSITO

Nell'antico laboratorio di vico Due Porte a Toledo 4/B, di ombrelli ce ne sono per ogni esigenza: da uomo, da donna, con sediolino incorporato e pieghevoli, a righe, a quadretti, impegnativi e "da battaglia". Il comune denominatore dei parapigioggia di Talarico è la realizzazione interamente artigianale e l'impiego di materiali di primo livello. Ginestra, canna da zucchero, bamboo, olmo, nocciolo, limone, hickory maculato o biondo, frassino, solo per citarne alcuni, sono i legni pregiati e resistenti (alcuni molto rari, come il noce americano o hickory) da cui vengono ricavati i manici, che possono essere anche di osso, avorio o argento. I tessuti sono sete pregiate o cotone resinato. Un Talarico si riconosce dai materiali, dunque, ma anche dalle rifiniture: chiusure e puntali curati nei dettagli, asole perfette, bottoncini in madreperla. L'antica ditta artigiana fondata nel lontano 1860 era fornitrice ufficiale della Casa Reale per cui produceva ombrelli e ventagli. Mario Talarico, che ancora oggi lavora i suoi amati ombrelli con entusiasmo, ha appreso i segreti del mestiere dai suoi genitori e li ha tramandati al nipote che porta il suo stesso nome e che ha arricchito la tradizione di famiglia con il suo talento per la pittura. Mario junior, a sua volta, sta addestrando il piccolo Yan, suo figlio. Le diavolerie tecnologiche cinesi (l'ultima follia si chiama "Air Umbrella" ed è un ombrello "invisibile" che devia la pioggia tramite getti d'aria) e quelle meno tecnologiche - ma sempre cinesi - che ci vogliono rifilare quegli omini che si materializzano all'uscita delle funicolari e metropolitane, sono dei parenti lontani, lontanissimi, dell'ombrello di cui scrivo, completamente made in Italy, anzi, made in Naples. Nel 2007, quando Papa Benedetto XVI celebrò la messa in Piazza Del Plebiscito, Mario junior lo omaggiò con un pezzo unico, dal manico di legno di Malacca con quarantotto Swarovski rossi. Numerosi sono i personaggi illustri del mondo



Nel 2007, quando Papa Benedetto XVI celebrò la messa in Piazza Del Plebiscito, Mario junior lo omaggiò con un pezzo unico, dal manico di legno di Malacca con quarantotto Swarovski rossi. I Talarico realizzarono, su commissione, un ombrello per una scena (quella dei Re Magi) della celebre commedia 'Natale in casa Cupiello' di Eduardo De Filippo.



della Politica e dello spettacolo, intellettuali e aristocratici, ma anche semplici persone di buon gusto, che non rinunciano all'esclusivo accessorio. Una curiosità: i Talarico realizzarono, su commissione, un ombrello per una scena (quella dei Re Magi) della celebre commedia 'Natale in casa Cupiello' di Eduardo De Filippo. Quello che non tutti sanno è che la famosa ditta produce anche bastoni di ogni sorta e calzascarpe di olmo e corno o nocciolo e corno, anch'essi lavorati a mano secondo le tecniche dell'antica tradizione che prevede, tra le altre cose, l'utilizzo del vapore per curvare il legno. Mario e il nipote testimoniano che l'artigianato, non solo resiste all'avanzata della globalizzazione e della tecnologia, ma anzi rappresenta una risorsa cui i giovani possono e forse devono attingere in un momento drammatico per l'economia, in cui la disoccupazione giovanile ha sfiorato i massimi livelli. I giovani dovrebbero considerare l'idea di avvicinarsi ai mestieri, quelle arti manuali o meccaniche che si contrappongono alle professioni libere, alle attività di carattere impiegatizio e ai lavori di concetto. Proprio come ha fatto Mario Talarico junior affiancando l'anziano zio nella sua bottega e "rubandogli" i segreti di una lavorazione antica e unica di cui è forse unico - e degno - erede. ■

Mario e il nipote testimoniano che l'artigianato, non solo resiste all'avanzata della globalizzazione, ma anzi rappresenta una risorsa cui i giovani possono e forse devono attingere in un momento drammatico per l'economia, in cui la disoccupazione giovanile ha sfiorato i massimi livelli.

MARIKA
gioielli

PREZIOSA LUCE ITALIANA



i'M

MODEL

**A
D
E**

in Naples

ALESSIA CASCELLA

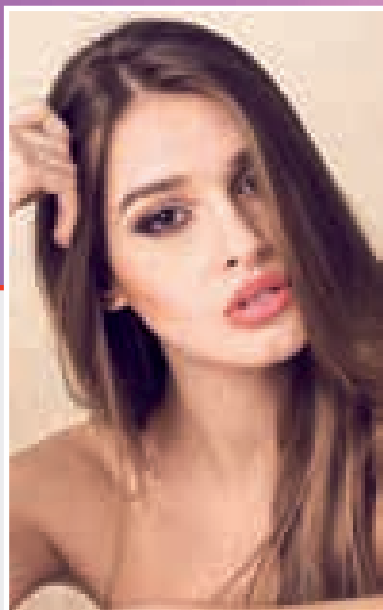


FOTO DI LUCA ESTRO

L'IDENTIKIT

Occhi: **verdi**

Capelli: **biondi**

Altezza: **175 cm**

Misure: **80 - 63 - 80**

Titolo di studio: **liceo linguistico**



La consacrazione nel mondo della moda è avvenuta con la partecipazione a Miss Italia 2013 dove si è aggiudicata il quarto posto in finale. La bellezza ha un valore fondamentale nella sua vita, perché la fa sentire sicura di sé esteticamente ma anche interiormente. Lo sport è molto importante per lei perché il suo credo è "mens sana in corpore sano", infatti alla sua bellezza estetica corrisponde un grande equilibrio interiore.

GRIMALDI LINES. COMPAGNI DI VIAGGIO



Spagna | Grecia | Tunisia | Marocco | Sardegna | Sicilia

La sua aspirazione è andare a vivere in Spagna, paese che ama come una seconda casa. Il suo hobby è disegnare. Ha una bellissima famiglia che appoggia ogni sua aspirazione e sono orgogliosi di lei. In particolare ha un legame indissolubile con la sorella alla quale confida tutto.



KIMBO[®] COFFEE HOUR



Solo con Kimbo è Coffee Hour.

Kimbo! Una grande esperienza che ha le sue radici nell'autentica cultura del caffè.

Lasciati sedurre da un'esperienza sensoriale unica.

Una miscela straordinaria, composta esclusivamente da finissimi caffè Arabica.

La perfetta tostatura ne esalta il gusto dolce e l'aroma delicato, con leggere note di cioccolato.



KIMBO[®]
Il piacere che ci unisce

novità dal mondo Nusco
Porte e infissi coordinati per la tua casa.

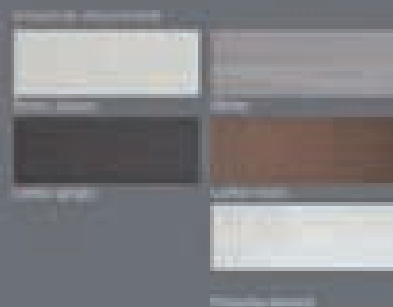
Linea NGL

Linee pulite intagliano la porta senza mai incontrarsi, si sfiorano ma non si toccano. Gli inserti in alluminio lucido esaltano i colori del pannello. La linea NGL (design Morde Durrant) dà vita a un nuovo concept di essenzialità rivolto ad un pubblico dal gusto raffinato.



Sintesy W70

Infissi esterni Serie Sintesy W70 in LEGNO LAMELLARE FINIZI IONTE INVERNO. Inquadrature con superficie decorativa lenticolare ad alta resistenza.



65%
Detrazione
fiscale



PROFESSIONISTI AL TOP

PIERO GAETA “L'IMPRESA È UN BENE SOCIALE E TUTELARLA È UNA MISSIONE”

DI ALESSANDRA MILITERNI
FOTO DI FRANCESCO PAOLO ESPOSITO

Piero Gaeta è un avvocato d'affari e uno dei soci fondatori del prestigioso Studio legale Tributario & Societario "AvvocatoGaeta", con sedi a Napoli e Milano. Insieme ai fratelli Carlo e Guido, ha fatto propri gli insegnamenti del padre Ugo, avvocato cassazionista tre volte medaglia d'oro all'Ordine Forense. Ugo Gaeta, a sua volta, era figlio d'arte. Lo Studio di via Riviera di Chiaia 256 rappresenta la sintesi dell'esperienza professionale di tre generazioni, oltre 50 anni di tradizione che guardano al futuro attraverso delle valide nuove leve, i figli di Piero Gaeta, Fabiana e Aurelio, che ne condividono i valori e ne assorbono il sapere. Quello che colpisce immediatamente di lui è la passione con la quale parla del suo lavoro, si percepisce che è come una missione. "La figura dell'avvocato d'affari - spiega - non può prescindere dallo studio e dall'esperienza di materie quali la Finanza e l'Economia oltre che il Diritto tributario e societario". Il team degli associati è costituito da patrocinanti in Cassazione e revisori legali: l'unione della materia tecnica con l'attività di Diritto è il valore aggiunto dello Studio. L'alto profilo della competenza, l'aggiornamento continuo, la cura per il cliente, sono alcuni dei valori che guidano il loro operato. "Noi facciamo dell'etica e del rispetto della legalità valori da salvaguardare nell'interesse proprio dell'imprenditore - spiega Piero Gaeta a proposito dei valori che sottendono la filosofia del suo team - "riteniamo infatti che un imprenditore ligio, che rispetti la legge, sia vincente oltre che per una questione morale, anche in termini di immagine e quindi di credibilità". Un'imprenditore che voglia gestire al meglio le proprie risorse, avere bilanci in ordine e mantenere l'azienda in equilibrio patrimoniale e finanziario, deve fare affidamento su figure professionali che lo affianchino e gli suggeriscano le azioni più appropriate per proteggere il valore aziendale e avviare un percorso di crescita che, spesso, passa per un processo d'internazionalizzazione. In questo contesto si collocano la fi-

gura professionale dell'avvocato d'affari e la massima esperienza di Piero Gaeta. Ponendo l'accento sull'azienda come bene sociale, il suo approccio verso l'imprenditore ha la finalità di affiancarlo nelle scelte e nelle strategie che salvaguardino l'interesse non soltanto del proprietario, ma di tutti coloro che sono coinvolti, a partire dai dipendenti. Questo concetto è ben riassunto nelle parole dello stesso Gaeta: "Non bisogna consentire a imprenditori improvvisati o che vogliono mungere la propria azienda per fini personali, di distruggere un bene sociale". In un territorio come il nostro, in cui la cultura e la mentalità imprenditoriali non sono disponibili, almeno a primo acchito, ad un rigore dei comportamenti, l'attività di Piero Gaeta diventa quasi una missione. Uno dei punti di forza del suo profilo professionale, che molti non possono vantare, è la sinergia scientifica tra la materia del Diritto e la materia del commerciale, economica e finanziaria, e poi ha scelto di convogliare il suo bagaglio di conoscenze nel perimetro delle imprese. Ciò gli ha consentito di raggiungere importanti obiettivi a livello nazionale ed internazionale. Chi è il cliente target dello Studio Avvocato Gaeta? Nessun dubbio: "Il target è nella figura dell'imprenditore che ha cura della sua azienda, che la protegge e non la sfrutta, che ha voglia di vederla crescere con quella necessità di doversi interrogare ogni giorno per migliorare e l'umiltà di affidarsi a professionisti e seguirne i suggerimenti per tutto quanto ruota intorno al business". Piero Gaeta è spostato da 30 anni con Tiziana, per lui "una donna meravigliosa", è vicepresidente di un'associazione sportiva dilettantistica, il centro ippico SIN, infatti condivide con la moglie e la terzogenita Maria un grande amore per l'equitazione e per i cavalli. Custodisce gelosamente gli insegnamenti del grande avvocato Ugo Gaeta, suo padre e mentore, che ha trasmesso a lui e ai suoi fratelli, tra le altre cose, l'importanza di dedicarsi al cliente con attenzione e precisione: "mio padre ci esortava sempre a guadagnare credito più che denaro e ci diceva: "meglio una parola buona da un cliente che un milione di lire in tasca". Piero Gaeta ha fatto tesoro di queste pillole di saggezza che hanno contribuito al suo spessore umano e aggiunto valore a quello professionale. Non c'è dubbio che il nostro Professionista al Top sia un Signor Avvocato e un Avvocato Signore. ■



Piero Gaeta

*Facciamo dell'etica e del rispetto
della legalità valori
da salvaguardare nell'interesse
proprio dell'imprenditore.*

PER LA TUA CONFETTATA CHIC

Confetti maxtris®



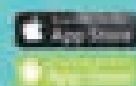
ITALIANA
CONFETTI

I MIGLIORI...
PAROLA DI
ENZO MICCIO



www.confettimaxtris.it

seguiaci anche su



Enzo Miccio

Expo 2015-Msc Crociere, insieme per varcare tutti i confini

Tra i padiglioni fiabeschi e le architetture futuristiche che si ergono ai lati del Decumano, la scenografica postazione a forma di nave di Msc Crociere ricorda ai visitatori di Expo 2015 che il mare è il primo alleato dei viaggiatori ingolositi dai padiglioni dei 140 Paesi partecipanti.

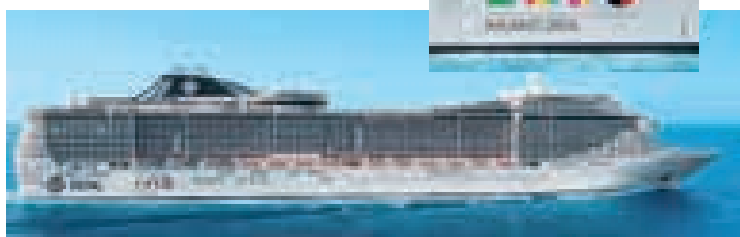
Expo Milano 2015 è una straordinaria vetrina internazionale di cui Msc Crociere si fa portavoce nel mondo. In qualità di Official Cruise Carrier, infatti, promuove l'Esposizione attraverso tre iniziative distinte: l'ammiraglia Msc Fantasia che trasporta il logo Expo per tutto il Mediterraneo; le comunicazioni dedicate a bordo delle dodici navi della flotta, sulle quali è anche possibile acquistare i biglietti d'ingresso e la possibilità di intraprendere escursioni da Genova e La Spezia per i 600.000 crocieristi di passaggio in Liguria su Msc Fantasia, Msc Preziosa e Msc Divina.

Totalmente inedita l'esperienza di realtà immersiva offerta nello spazio espositivo di Msc Crociere a Expo, dove gli innovativi Oculus Gear VR di Samsung, attraverso un software creato appositamente da Ayed Group, permettono ai visitatori di salire a bordo delle navi per un tour virtuale e multisensoriale. Durante l'esperienza immersiva è possibile "passeggiare" attraverso le aree chiave della nave, e assistere nel teatro di bordo a uno dei tanti spettacoli in programma ogni sera su tutte le navi della flotta. Si tratta di un viaggio a 360° che permette persino di cogliere gli odori degli alimenti, dalla frutta al basilico, dal cioccolato al pane appena sfornato. Dopo il lancio a Expo, questa tecnologia sarà messa a disposizione dei partner e degli agenti di viaggio e per arricchire l'esperienza d'uso dei potenziali crocieristi.

Un calendario fitto di iniziative congiunte quello di Msc a Expo, organizzate in modo sinergico con i rappresentanti istituzionali dei Paesi legati alle destinazioni a catalogo e con alcuni partner del calibro di Eataly e Chicco, ulteriore riprova degli elevati standard di eccellenza che la Compagnia offre ai viaggiatori. I temi della nutrizione, della redistribuzione delle risorse, della salvaguardia ambientale e dello sviluppo sostenibile costituiscono la base di valori condivisi da Expo e Msc.

Riconosciuto da numerose certificazioni internazio-

nali, l'impegno di Msc Crociere sul fronte della salvaguardia dell'ecosistema marino viene portato avanti quotidianamente attraverso un profondo rispetto per il mare e il costante investimento in tecnologie innovative in grado di ottimizzare gli impianti di trattamento dei rifiuti e ridurre gli agenti inquinanti. Come testimonia la solida partnership con Unicef, cui la Compagnia è legata da diversi anni col progetto "Get on board for children", è soprattutto all'alimentazione, alla nutrizione e alla riduzione degli sprechi che è rivolta l'attenzione di Msc Crociere: un rispetto nei confronti del cibo che è espressione, a bordo, di una straordinaria offerta gastronomica realizzata da



chef internazionali. A piatti e ricette inedite si affiancano quelli della tradizione italiana e del Mediterraneo, in base all'itinerario seguito e agli scali toccati. Msc Divina e Msc Preziosa ospitano i ristoranti del marchio Eataly, con i loro menu che esaltano il gusto tipico della cucina mediterranea in una selezione di proposte che spazia dall'haute cuisine fino alla celebre pizza napoletana. 17 menu, 2.000 ricette 16.000 pasti: questi i numeri di una crociera di sette giorni su una nave Msc. E così, proprio come ad Expo, anche a bordo delle navi Msc Crociere è possibile ritrovare i piatti tipici delle diverse tradizioni gastronomiche del mondo: dalla pasta alla carbonara ai Pretzel tedeschi, dal sushi ai noodle cinesi. E poi, il salmone norvegese e i liquori brasiliani, mentre al buffet vi sono addirittura angoli etnici dedicati alla tradizione spagnola, francese, portoghese, greca, araba, britannica, russa, irlandese. Perché conoscere nuovi Paesi e culture significa anche imparare ad apprezzarne il patrimonio gastronomico. ■

Totalmente inedita l'esperienza di realtà immersiva offerta nello spazio espositivo di Msc Crociere a Expo, dove gli innovativi Oculus permettono ai visitatori di salire a bordo delle navi per un tour virtuale e multisensoriale. Si tratta di un viaggio a 360° che permette persino di cogliere gli odori degli alimenti, dalla frutta al basilico, dal cioccolato al pane appena sfornato.

LA VITA ANDREBBE
MISURATA IN MOMENTI,
NON IN MINUTI

Se il tempo di una vacanza fosse solo un succedersi di minuti, ore e giorni, non ci sarebbero ricordi. Perché un vero ricordo è fatto di momenti. Posti dove non sei mai stato, che aspettano solo di farsi scoprire. Una nuova città da esplorare. Sapori che non hai mai provati. Una cultura nuova nella quale immergerti. Momenti da condividere, con chi ami di più.

msccrociere.it



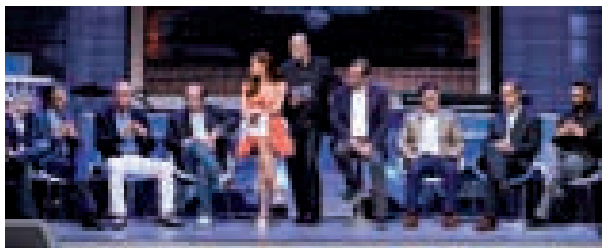
MILANO 2015
1 MAGGIO - 31 OTTOBRE



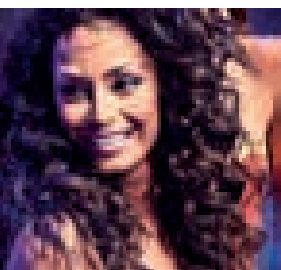
MSC
CROCIERE

Official Cruise Partner

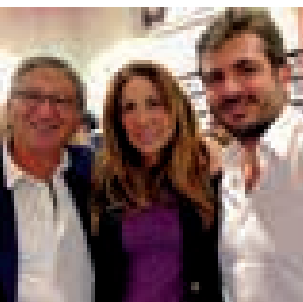
Gran finale per Goal Show



Chiude i battenti Goal Show anche per questa stagione e regala a tutti gli affezionati del programma un finale in grande stile in diretta dal teatro Sannazaro e su Canale 9. Valter De Maggio conduce in porto la sua trasmissione affiancato sul palco da Noemi De Falco e in platea da Annalisa Rea. I primi 15 minuti sono stati dedicati interamente a lui: il Sindaco di Napoli Luigi de Magistris. Poi è iniziato il dialogo con gli altri ospiti: tanti gli opinionisti chiamati a trarre un bilancio dopo la stagione altalenante della squadra azzurra, tra questi i giornalisti Mimmo Malfitano, Maurizio Compagnoni e Pier Paolo Petino, l'ex portiere partenopeo Gennaro Iezzo, Mister Gigi De Canio, l'ex campione del mondo Ciccio Graziani, Luciano Moggi e lo scrittore Maurizio De Giovanni.



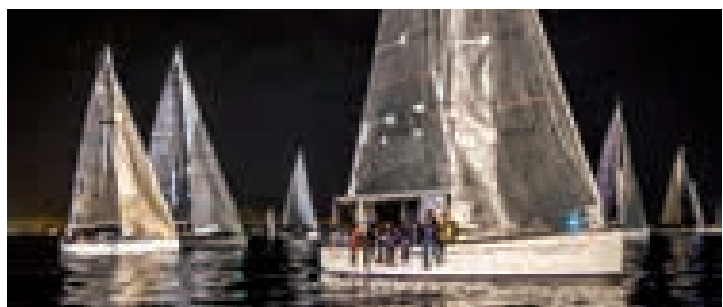
Restyling per Yamamay



“Un ambiente emozionale e coinvolgente”: così Carlo Palmiero CEO presso Pianoforte Holding Spa ha definito il punto vendita napoletano di Yamamay collocato fra via Vittoria Colonna e via San Pasquale, sottoposto ad un accurato restyling e inaugurato con un divertente party serale fra palloncini colorati, bouquet di fiori, sacchetti profumati e completini di lingerie. Presenti i dirigenti della Inticom S.p.A.,

ovvero l'imprenditore napoletano Luciano Cimmino, il figlio Gianluigi ideatore del brand Yamamay (ora leader del mondo del retail e del mercato dell'intimo, costumi da bagno, lingerie e bikini), la figlia Barbara capo della Yamacademy, corporate school dell'azienda, e suo marito Francesco Pinto già manager in Procter & Gamble.

La Regata e la Settimana dei Tre Golfi



Si è concluso il doppio appuntamento con La Regata dei Tre Golfi, seguita, come di consueto, dalla Settimana dei Tre Golfi. Il numero e la varietà delle imbarcazioni che hanno partecipato al doppio rendez vous, organizzato dal Circolo del Remo e della Vela Italia, lasciano intravedere una ripresa dalla defezione avuta negli ultimi anni agli appuntamenti di vela, conseguenza del momento congiunturale del Paese. Così il Circolo presieduto da Roberto Mottola, è già pronto a lavorare alla prossima edizione, ancora in collaborazione con lo Yacht Club Capri, la cui rinnovata intesa ha contribuito a rendere più spettacolari non solo l'arrivo della Regata costiera partita da Napoli a mezzanotte dell'8 maggio, ma anche più suggestive le regate sulle boe con cui è proseguita la Kermesse della Settimana, valida anche ai fini del Campionato Nazionale del Tirreno.



De Grisogono approda a Capri

Il brand ginevrino di gioielleria e orologeria apre la sua prima boutique monobrand nel centro di Capri in via Vittorio Emanuele 46 a suggello di una precisa strategia volta a presidiare le mete turistiche più esclusive e internazionali d'Italia. Fawaz Gruosi, fondatore e direttore artistico del brand, ha personalmente selezionato una proposta di gioielli e orologi calibrata sui gusti degli abituali frequentatori della scena caprese. La boutique, in particolare, ospita alcune esclusive creazioni d'alta gioielleria che a Cannes hanno accompagnato sul red carpet celebrità come Natalie Portman, Cara Delevingne, Michelle Rodriguez, Mary J. Blige, Bar Refaeli e Paris Hilton.

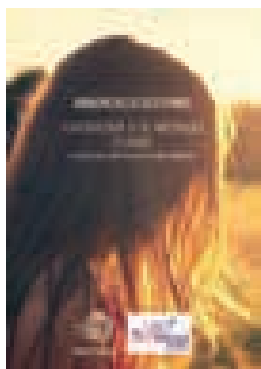


Pizza gourmet al Napoli Pizza Village



Novità dell'edizione 2015 del Caputo Napoli Pizza Village, sarà la pizza gourmet. La manifestazione, promossa dall'Associazione Pizzaioli Napoletani con il patrocinio del Ministero delle Politiche Agricole e che gode dell'Alto Patronato della Presidenza della Repubblica, si svolgerà sul Lungomare partenopeo da martedì 1° a domenica 6 settembre 2015. All'evento, che gode del sostegno del Comune di Napoli, saranno protagoniste 50 pizzerie storiche napoletane e diversi chef stellati, primo a confermare l'adesione il giapponese Masaharu Morimoto.

Un libro per le donne



“Caterina e il mondo fuori - la forza spirituale delle donne” è un libro della sociologa e giornalista Annapatrizia Settembre, contro la violenza sulle donne. Narra del viaggio di Caterina, che si libera, finalmente dalle violenze del marito, scappando con i figli dalla sua ferocia. L'importante è restare vivi e ricominciare a vivere. Un libro che dà forza e speranza alle tante donne che subiscono e tacciono per paura di non farcela.

Vicino alle Universiadi

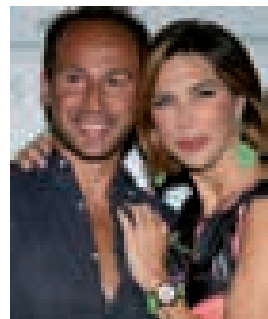


Antonio Vicino, classe '95, canottiere del Circolo del Remo e della Vela Italia, è l'italiano che parteciperà alle Universiadi di Gwangju, Corea, dove le gare di canottaggio si svolgono sul lago artificiale Tangeum. Difficili le selezioni, dalle quali un solo atleta per nazione ha accesso alla manifestazione mondiale. Soddisfatto ed entusiasta il campione rosso-blu, che ha dovuto concentrarsi non solo a battere i suoi avversari, ma anche fare un grosso lavoro per rientrare nella categoria pesi leggeri, affrontando un programma alimentare e sportivo che gli ha consentito di perdere 11 kg in 4 mesi.

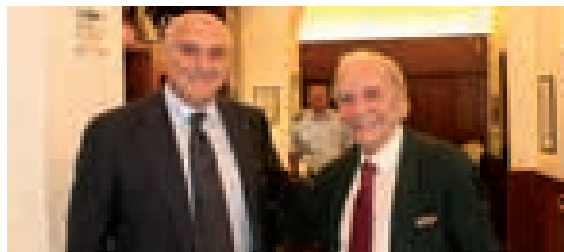
La Fazenda



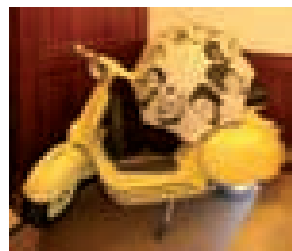
Veronica Maya, il noto volto televisivo Rai, da qualche mese regina della celebre TV albanese “Agon Channel” è stata tra le special guest di “Ricomincia da qui” il Gran Gala di riapertura de “La Fazenda”, il mitico ritrovo di Marechiaro, a Napoli. Accanto a lei l'attrice l'inseparabile marito, il chirurgo plastico Marco Moraci, Marta Bifano accompagnata dall'attore Edoardo Velo, Francesco Paolantoni, Antonio Salvoni e la sempre effervescente Lucia Cassini. Un total restyling dunque per “La Fazenda” che vede i mitici cugini Carlo e Maria Pia Varriale protagonisti di una nuova affascinante mission eno-gastronomica, coadiuvati dal noto chef della Casa Raffaele D'Alessio e da un grintoso staff organizzativo con Maridi Vicedomini.



Marinella ospita l'artigianato partenopeo



Un aperitivo firmato Augustus, quello servito presso la storica boutique Marinella, per l'esposizione delle opere dei rappresentanti più importanti dell'artigianato partenopeo: Mario Talarico con i suoi famosi parapigioggia, Luca Talarico con le sue borse dipinte a mano, e Sara Lubrano, sempre più affermata per i suoi originali gioielli artigianali. Un'occasione per apprezzare ed esporre le icone dell'hand made napoletano, nella cornice del negozio di Maurizio Marinella, rappresentante imbattuto di Napoli nel mondo.





*Sport e gossip per la VI edizione della **Vip Champion***



Strepitoso successo per la kermesse più "in" della Campania: la Vip Champion, arrivata alla sua VI edizione, resa impeccabile dalla regia del suo patron Giuliano Annigliato. Dal 4 al 7 giugno molte star del mondo dello spettacolo hanno riempito l'isola di Capri ed il Capri Palace Hotel di Anacapri, divertendosi tra prove di cucina, di calcetto e tennis.

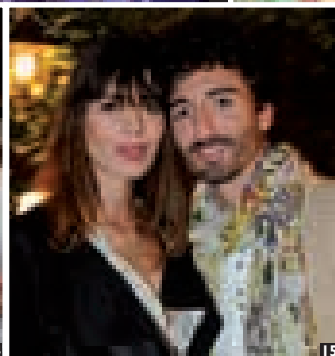
Strepitoso successo per la kermesse più in della Campania: la Vip Champion, arrivata alla sua VI edizione, resa impeccabile dalla regia del suo patron

Giuliano Annigliato.

Dal 4 al 7 giugno molte star del mondo dello spettacolo hanno riempito l'isola di Capri ed il Capri Palace Hotel di Anacapri, divertendosi tra prove di cucina, di calcetto e tennis. Tra queste, Cecilia Rodriguez, Claudia Andreatti, che hanno vinto in coppia la prova culinaria, contro Pamela Prati e Tosca D'Aquino, poi Umberto Smaila, Alfonso Signorini, i procuratori sportivi Diego Tavano e Matteo Materazzi, i calciatori Guglielmo Stendardo, Davide Brivio, Andrea Consigli, Morgan De Santis e Sebastian Di Maio, le pallavoliste Veronica Angeloni e Diletta Sestini, Roberta Morise, Maria Mazza, gli attori Giulio Berruti, Giuseppe Zeno ed Euridice Axen, l'ex Miss Italia Francesca Testasecca, i ballerini di "Ballando con le stelle" Samanta Togni e Samuel Peron, e Paolo Belli. Ad attirare l'attenzione di curiosi e paparazzi, soprattutto la coppia Stefano De Martino Belen Rodriguez, sempre accompagnati dagli amici più stretti e dal loro piccolo Santiago.

Tra i momenti più esilaranti, certamente la serata all'Anema e Core con il grande Guido Lembo. Tra gli sponsor, sempre aziende importanti come Dorabella, Caffè Moreno, Jadea, Adidas e Cotril, che hanno omaggiato gli ospiti con bellissimi cadeaux.

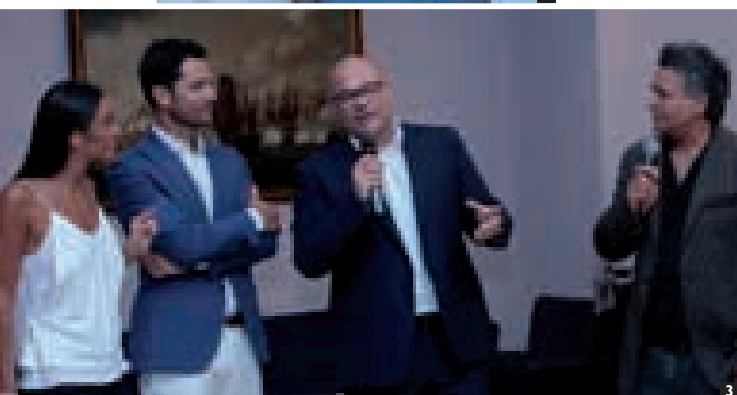
1. Umberto Smaila e la moglie; 2. I calciatori Brivio e Consigli; 3. Il taglio finale della torta; 4. Claudia Andreatta, Cecilia Rodriguez, Euridice Axen e Giuseppe Zeno; 5. Euridice Axen; 6. Giulio Berruti; 7. Belen Rodriguez e Stefano De Martino; 8. Maria Mazza con il compagno; 9. Pamela Prati e Tosca D'Aquino; 10. Pasqualina Sanna, Diletta Sestini, Maura Materazzi e Veronica Angeloni; 11. Giuseppe Zeno; 12. Guido Lembo e Belen Rodriguez; 13. Pascal Vicedomini con la moglie Concetta, Valeria Marini e Giuliano Annigliato; 14. Pasqualina Sanna e Ernesto Milone; 15. Samuel Peron e la compagna Tania; 16. Ernesto Milone e Alessia Tedeschi; 17. Pascal Vicedomini con la moglie, Umberto Smaila e Alfonso Signorini; 18. Armando Saggese e Alfonso Signorini; 19. Guglielmo Stendardo e Nicola Berti; 20. Tosca D'Aquino e Massimo Martino.



*Sport e alimentazione per il **Meeting di Campana***



La 34ma edizione del “Meeting estate incontri internazionali sui temi del calcio”, ha riscosso il consueto successo: personaggi dello spettacolo, del calcio e dell’imprenditoria si sono confrontati sui temi del calcio e sugli aggiornamenti del diritto sportivo.



1. Le premiazioni del meeting;
2. Raimondo Todaro;
3. Pasqualina Sanna, Luca Capuano, Domenico Fortunato, Agostino Penna;
4. Pasqualina Sanna, Maurizio Aiello, Franco Oppini, Ada Alberti;
5. Franco Campana, Agostino Penna;
6. Marco Palveti.





La 34ma edizione del “Meeting estate incontri internazionali sui temi del calcio”, ha riscosso il consueto successo sull’isola verde, dove personaggi dello spettacolo, del calcio e dell’imprenditoria, si sono riuniti all’Hotel Regina Isabella per quattro giorni di relax, ma soprattutto di confronto sui temi del calcio e sugli aggiornamenti del diritto sportivo. Dal primo convegno dell’82 sulla legge 91 dell’81 che per la prima volta riscattava i calciatori rendendoli liberi professionisti, seguendo tutte le successive vicende calcistiche avvenute in 34 anni.

Il meeting è anche un’importante passerella di grandi nomi che danno risalto ad Ischia, portati dal patron della kermesse l’avvocato Franco Campana, Segretario Nazionale dell’Associazione avvocati calcio, accompagnato come sempre dalla moglie Titty De Cillis a cui è legato da un indissolubile matrimonio 40ennale.

La manifestazione ha la sua funzione determinante, oltre al confronto sui temi del calcio, nella “champions forever”, un progetto che dà la possibilità agli sportivi a fine carriera di passare all’imprenditoria, restando quindi “sempre campioni”.

Il tema di questa 34ma edizione è stato sport e alimentazione per mandare un messaggio socioeducativo. L’alimentazione, in particolare, è collegata all’Expo 2015 abbinata alla dieta mediterranea, ed è proprio all’Expo che sarà ospite la squadra vincitrice dello show cooking, una gara di “piatti” che sono stati votati durante la cena al Regina Isabella. Vincitore lo chef Patalano con la sua ottima zuppa di pesce, che è stato votato col Premio Aragonese realizzato dal maestro orafo Gerardo Sacco.

La serata di premiazione è stata presentata da Agostino Penna e Pasqualina Sanna, che hanno premiato Enrico Lo Verso, il medico Ciro Imbimbo, l’astrologa Ada Alberti, Brice Martinet, il modello francese reduce dall’“Isola dei famosi”, Domenico Fortunato, reduce dalle riprese di “Spectre”, il nuovo film della saga James Bond “007”, diretto da Sam Mendes, Raimondo Todaro vincitore di quattro edizioni di “Ballando con le stelle”. Tra gli altri ospiti vip, Marco Palvetti, l’eccellente Salvatore Conte di “Gomorra”, Maurizio Aiello, Luca Capuano, Danilo Brugia, Gino Riviello, Vincent Candela, Franco Oppini. ■

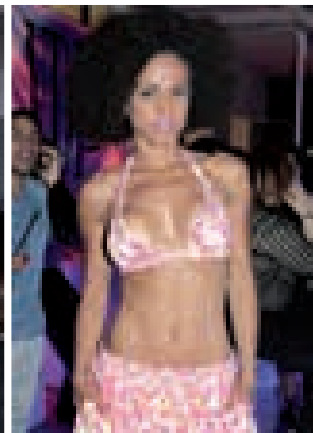
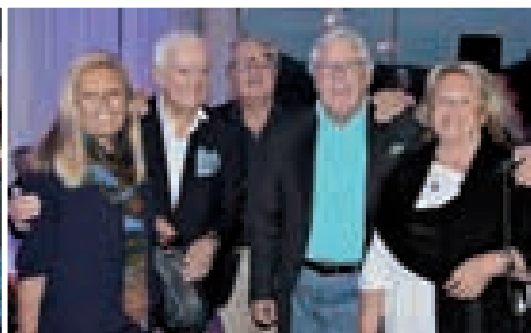


7. Gino Riviello con la moglie, Maurizio Aiello, Franco Campana, Gerardo Sacco; 8. Luca Capuano; 9. Vincent Candela; 10. Brice Martinet; 11. Maurizio Aiello; 12. Danilo Brugia.



Via delle Perle lancia il nuovo corso creativo con le collezioni 2016

FOTO DI FRANCESCO BEGONJA





VDP - Via delle Perle, la storica azienda di Carpi titolare dell'omonimo marchio di abbigliamento femminile alto di gamma e guidata dall'AD Christopher Bizzio, archivia l'esercizio 2014 con un fatturato in crescita del 4%, a 38 milioni di euro, e un Ebitda del 12%. Un risultato di successo, tanto più se riferito alle difficoltà di alcuni mercati, come quello interno, che soffre ancora della crisi dei consumi. Multi marca e multi geografia sono state le parole chiave dell'azienda che ha vissuto un 2014 all'insegna dell'internazionalizzazione con la realizzazione di due importanti Joint Venture per rafforzare la presenza sul mercato Russo e Cinese. La società VDP Russia si occuperà dello sviluppo retail del marchio, in aggiunta ai cinque punti vendita già presenti a Mosca fra boutique e outlet. In Cina sono già stati aperti tre punti vendita e il programma prevede l'inaugurazione di altri quindici

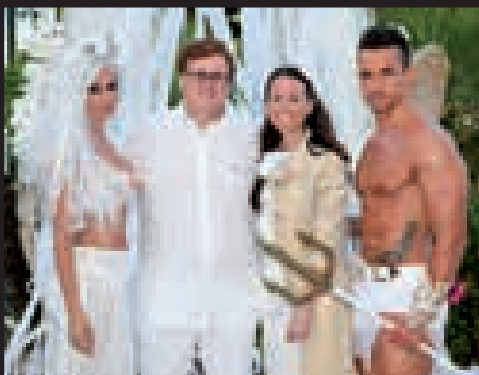
monomarca entro il 2018. Oltre ai 15 Flagship Store, presenti anche in Italia a Bologna e Forte dei Marmi, la collezione VDP è distribuita in 700 negozi multimarca, di cui 300 in Italia. Lo scorso giugno VDP ha inoltre chiuso un importante accordo con la società Mafrat per lo sviluppo di una linea dedicata alle bambine. Il 2015 è l'anno della svolta creativa con l'ingresso dello stilista Christian Blaken, olandese di nascita naturalizzato inglese, con una vasta esperienza nella moda e un passato a New York con Michael Kors, Diane Von Furstenberg e, in Italia, Max Mara. La nuova collezione, che verrà presentata in esclusiva durante la settimana della moda milanese, mantiene i tratti distintivi che caratterizzano lo stile VDP riconosciuto a livello internazionale, ma con uno sguardo ed una sensibilità rivolti all'innovazione, interpretando i cambiamenti dei gusti e le attese dei consumatori. ■



White party

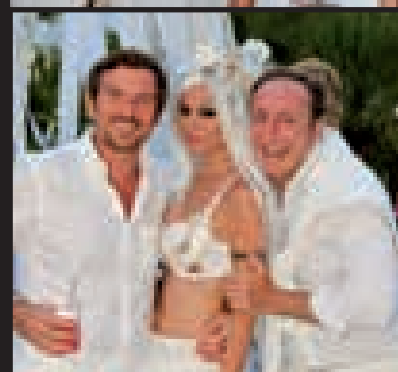
FOTO DI FRANCESCO BEGONJA





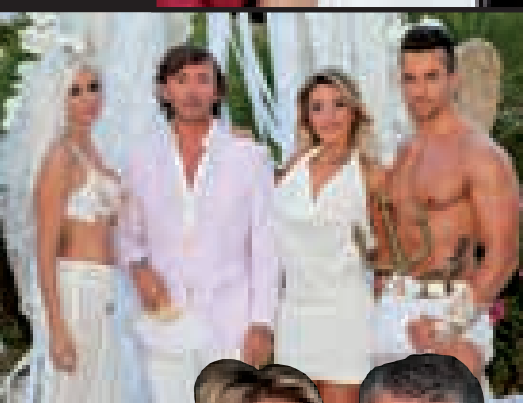
Quattro sirene e due tritoni, una contorsionista che usciva dalla conchiglia e un intero team di nuoto sincronizzato. Per il suo white party a picco sul mare, Maria Carmen Vitobello non ha lasciato davvero nulla al caso, riuscendo anche stavolta a strabiliare le centinaia di amici accorsi da ogni dove nella sua villa di Marechiaro per l'attesissimo happy birthday a bordo piscina.

Un white party imperdibile, animato dai dj set di Duccio Bocchetti e il sax di Vincent che con le loro performance dal tramonto fino all'alba hanno coinvolto in balli e coreografie improvvisate non solo i più mondani ma anche i più pigri, irrimediabilmente contagiati dall'euforia della padrona di casa e dalle scenografie ideate da Antonella Dentici. È il caso di Francesca Frendo e Alessandro Amicarelli, Carla Traverso, Anna-



Quattro sirene e due tritoni, una contorsionista che usciva dalla conchiglia e un intero team di nuoto sincronizzato. Per il suo white party a picco sul mare, Maria Carmen Vitobello non ha lasciato davvero nulla al caso.





Iaura Di Luggo, Alessandra e Marcella Rubinacci, Imma Sarnacchiaro e Fabio Majello, Sabrina ed Alfio Schiatti, Francesco e Pamela Schettino, Maurizio e Maria Cristina Vitiello, Mimmo ed Annapaola Rocco, Enzo Pedone e tanti altri fotografati da Francesco Begonja tra cui anche Rosario e Francesca Marmorino, Martina ed Alfredo Liotti, Giordana Monti, Francesco e Maria de Giovanni, Stefania ed Adolfo Palombo, Annarita e Massimo Cozzolino, Gabriele e Gianluigi Furnari, Francesco e Rossella Acquaviva, Guido Grilli, Fernanda Speranza e Giuseppe Borselli, Antonio Coviello, Luigi Lavorgna, Annapaola Merone, Maurizia Moriello, Francesco Serra. ■



PLUMASTUDIO

Web Agency

WE BUILD
YOUR
ONLINE
IDENTITY



WWW.PLUMASTUDIO.COM

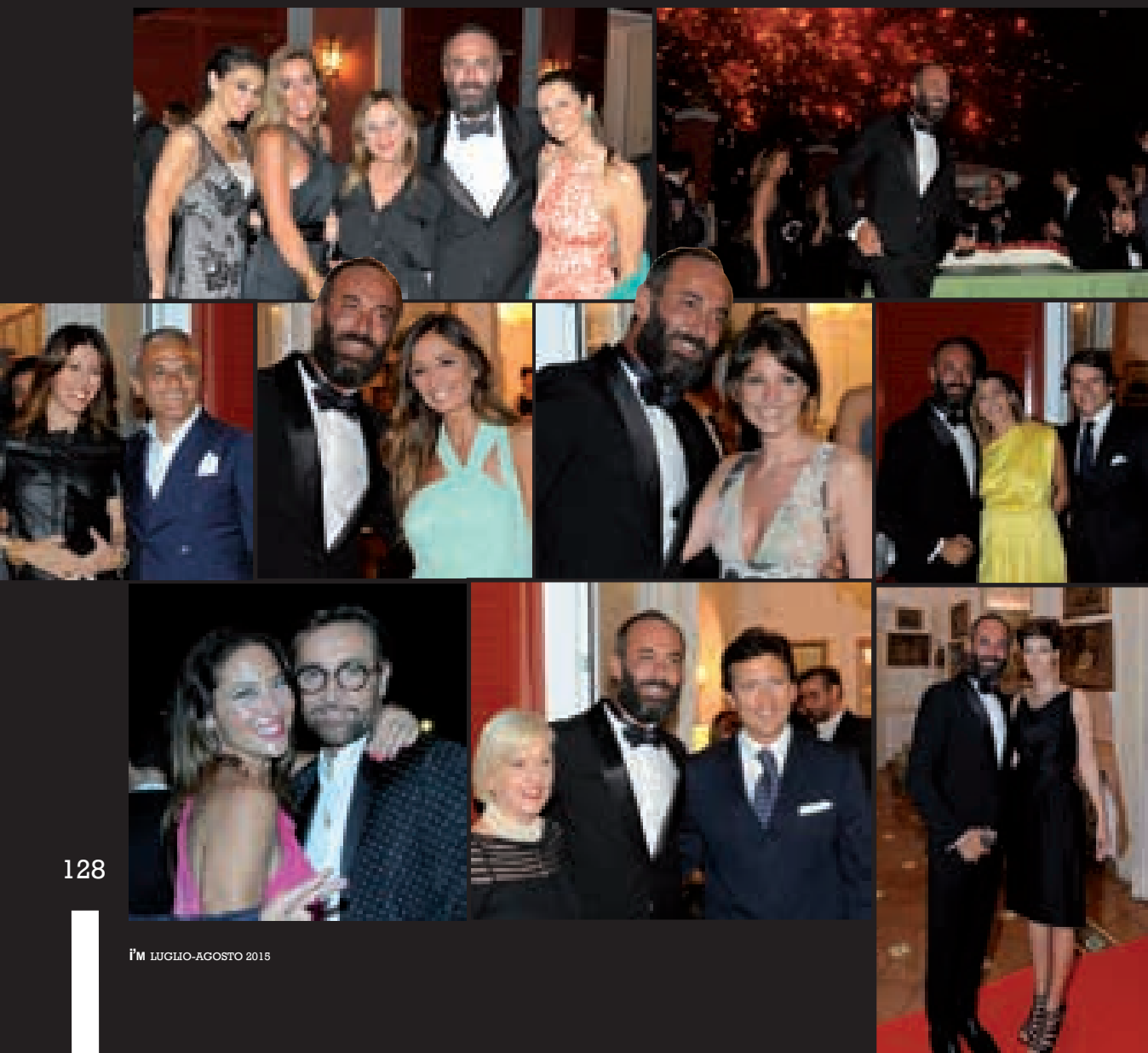
facebook.com/plumastudio - twitter.com/plumastudio - instagram.com/plumastudio

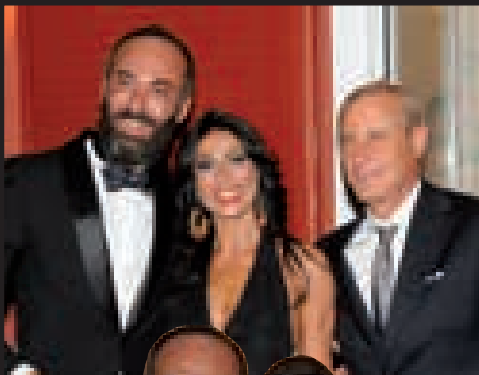


Notte da favola a Posillipo

DI LAURA CAICO

FOTO DI ANTONIO ARAGONA

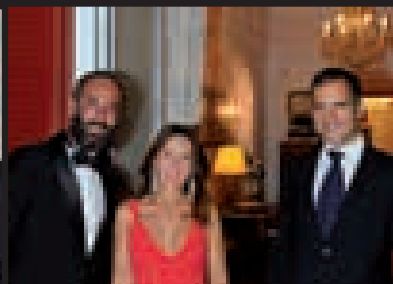


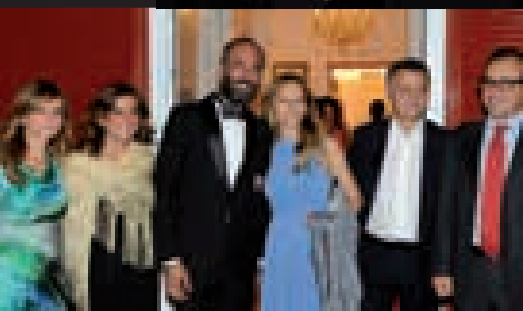
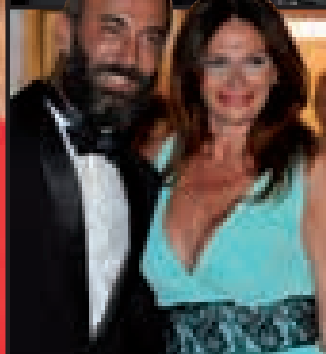


Fuochi a mare per siglare l'esclusivo evento glamour che in una favolosa villa privata sullo scoglio di Frisio a Posillipo ha animato sino a notte fonda la collina partenopea per siglare il traguardo dei trenta anni di carriera raggiunto dal coiffeur Vip Massimiliano Campanile, unico referente per la Campania di Aldo Coppola: tra i vip presenti allo straordinario party vivacizzato dalle esibizione di tangheri argentini e della coppia di Nicky Nicolai & Stefano Di Battista Jazz Quartet, già vincitori di Sanremo categoria gruppi con "Che mistero è l'amore" - lo Staff milanese di Aldo Coppola composto da Dimitri Biffi con la moglie Billy, Federica Coppola, Antonietta Stoppani e Tiziana Fumagalli, gli attori Maurizio Aiello, Ilenia Lazzarin e Claudia Ruffo, la contessa Maria Teresa Rocco di Torrepadula, Ilaria Carloni direttore del magazine mondano I'M e - come sorpresa di mezzanotte - anche il critico d'arte Vittorio Sgarbi arrivato appositamente da Milano e presentatosi al braccio dell'attrice Annie Papa, sua fiamma mai spenta... Magnifica l'organizza-

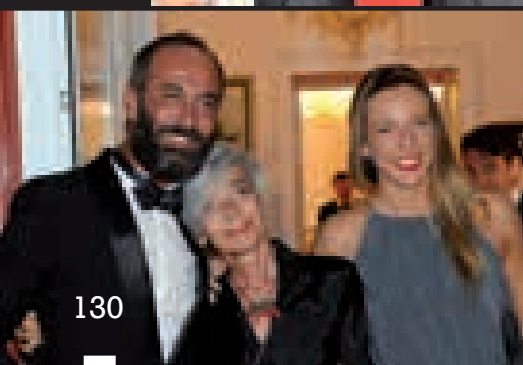


Fuochi a mare per siglare l'esclusivo evento glamour che ha animato sino a notte fonda la collina partenopea per siglare il traguardo dei trenta anni di carriera raggiunto dal coiffeur Vip Massimiliano Campanile.





zione di Barbara De Feo di Purecom che ha curato gli allestimenti con tocchi orientali, gli arredi chic, le lampare a mare e i giochi pirotecnici, coadiuvata dal catering Gala Eventi di Paolo Tortora che ha predisposto anche la bellissima torta trapunta da rose canine: sono stati così degnamente festeggiati i trenta anni di carriera di Massimiliano Campanile, un ragazzo generoso che ha saputo farsi strada con umiltà e tenacia, sopportando grandi sacrifici e che oggi ha raggiunto, ancora così giovane, un traguardo eccezionale mantenendo inalterata la sua bontà d'animo e la fierezza di essere un napoletano che ama Napoli, non vuole andarsene e contribuisce con il suo instancabile lavoro ad accrescere i grandi talenti della nostra città. ■



www.elsevier.com/locate/jmb

abbonati
alla serenità®

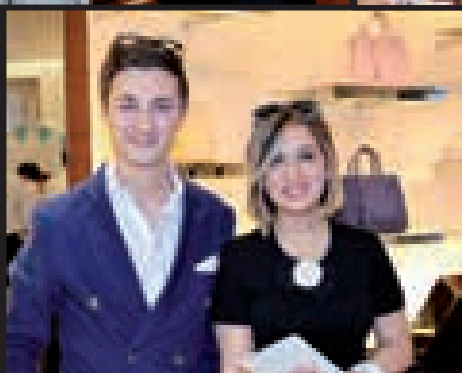
AVVERTENZA prima della sottoscrizione leggere l'Informativa sulla privacy, reperibile presso l'Agenzia o su www.italia.it, e le informazioni relative al servizio e ai servizi pubblicitari e alla loro erogazione. Spettacolo Italia è a tutti i sensi un servizio gratuito. Gli interventi di personalizzazione possono essere attivati o disattivati in qualsiasi momento. I dati personali sono trattati in modo anonimo e non vengono ceduti a terzi. Per le informazioni e per le iscrizioni, visitate il sito www.spettacoloitalia.it o chiamate il numero verde 800 00 00 00. Per le informazioni e per le iscrizioni, visitate il sito www.spettacoloitalia.it o chiamate il numero verde 800 00 00 00.



SCARICA GRATUITAMENTE
L'APP DI I'M SU IPHONE E IPAD

Louis Vuitton *Summer Event*

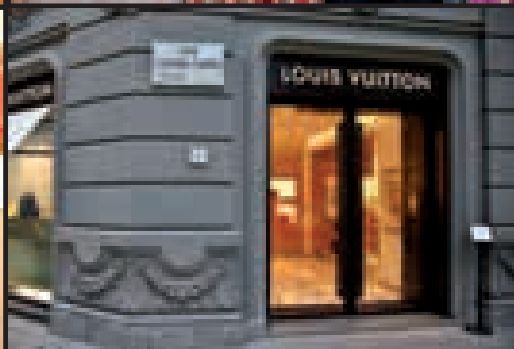
FOTO DI FRANCESCO BEGONJA

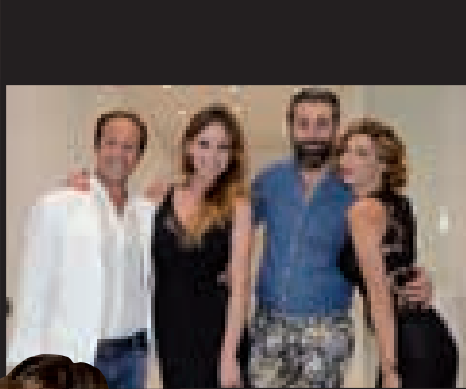




Louis Vuitton ha invitato i propri clienti e amici della Maison per festeggiare l'arrivo dell'estate con un esclusivo cocktail nella boutique di Via dei Mille a Napoli.

Gli ospiti durante il party hanno potuto "assaggiare" la collezione Primavera/Estate 2015 e fare un tuffo nel passato fino ai coloratissimi Anni '70. Le ospiti hanno dovuto scegliere la preferita fra sei icone di ieri e di oggi: Alic MacGraw, Jane Birkin, Twiggy, Jennifer Connelly, Charlotte Gainsbourg e Michelle Williams, come muse ispiratrici. Uno stylist presente in boutique le ha aiutato a scegliere i capi e gli accessori più vicini alla propria icona, insegnando i trucchi per utilizzare al meglio i tessuti di Louis Vuitton e creare un look senza tempo. In aggiunta, un flower designer ha creato delle composizioni floreali da trasformare in accessori per i capelli o particolari bijoux. Gli ospiti, infine, hanno potuto immortalare il ricordo della serata, grazie alla divertente e coloratissima cabina fotografica istantanea. ■



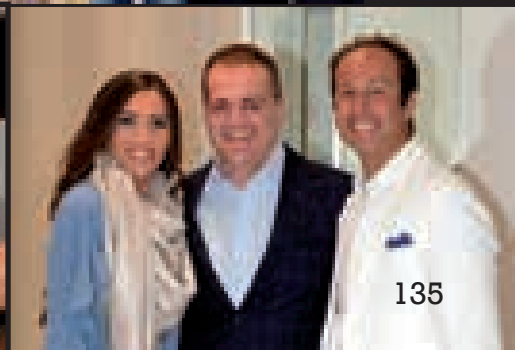


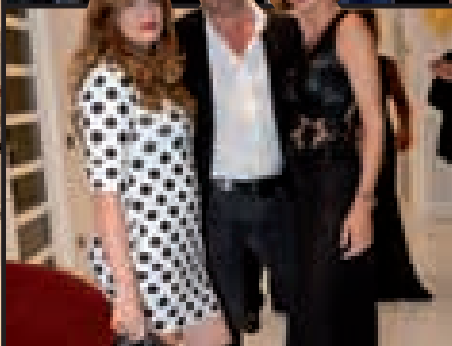
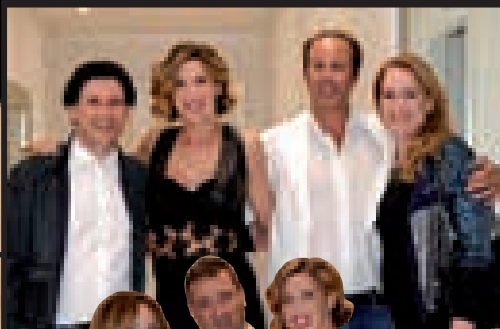
Gli anta del dott. Moraci

FOTO DI ROBERTO JANDOLI



Un party di 40 anni davvero esclusivo, quello organizzato per il noto, nonché bellissimo, Dottor Marco Moraci, il chirurgo plastico più all'avanguardia del momento. Regia del dinner party, quella della sua amata compagna, la conduttrice Veronica Maya, che ha la rara capacità di coniugare mille ruoli: di donna seducente, madre accudente, mogliettina perfetta e regina della tv. La sua poliedricità femminile si è manifestata in tutto il suo splendore in questa occasione speciale in cui, avvolta in una sexy tuta nera con trasparenze in pizzo firmata da Alessio Visone, ha accolto i cento selezionatissimi ospiti, tra le mura del bellissimo appartamento della coppia, 300 mq siti a Posillipo, direttamente fronte mare. Non solo: la splendida Veronica, nonostante i tacchi a spillo, ha servito egregiamente una cena mediterranea curata nei minimi dettagli e preparata personalmente da lei, anche abile ai fornelli! A coadiuvarla, lo chef Michele del ristorante "Il terrazzino di Montecarlo", di proprietà del papà di Veronica. Degustazione di pani di ogni tipo, che hanno accompa-





gnato un antipasto di 30 kg di mozzarella assortita, ripiena o farcita, verdure grigliate, pizzette napoletane, insalata di polipo, dadolata di salmone al finocchietto, involtini di melanzane, frittura di pesce. Poi i primi: ravioli capresi e risotto al limone e gamberetti, e i secondi di polpette della nonna. Per finire, tripudio di dolci: torta al cioccolato, torta di fragoline e un babà gigante culminati nella torta di compleanno realizzata dalla cake designer Marianna D'Esposito. Il buffet è stato accompagnato dal sottofondo musicale della band dal vivo Soul Food di

Francesco Capriglione, che ha coinvolto tutti in pista fino a notte fonda. Il momento più emozionante, un video ideato da Veronica per il suo Marco contenente un breve, dolcissimo excursus della vita del festeggiato. Tra gli spettatori commossi, Vittoria Schisano con il futuro marito Fabrizio Luigi, Tiziana Maccena, gli stilisti Gianni Molaro e Alessio Visone, Maurizio e Ilaria Aiello, Sonia e Paolo Verde, Walter De Maggio, Pippo Nardone, Fabio e Paola Fulgeri, Franco Rendano, Dania Lostumbo, Cristina Cennamo, Maurizia Moriello e Barbara Jovine. ■





Wines & Spirits

www.dimeo.it





SCARICA GRATUITAMENTE
L'APP DI I'M SU IPHONE E IPAD



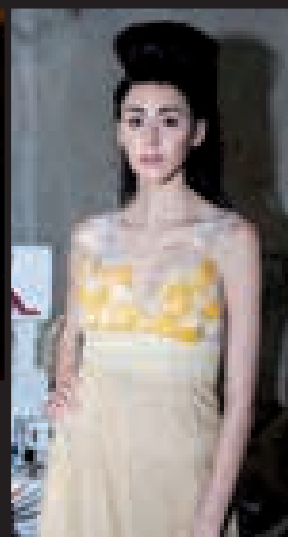
i'm
party

Arte, moda e performance live al Tunnel Borbonico

Si è tenuta la settima edizione di “Arte e Moda prendono forma”, un evento esclusivo ideato da Ludovico Lieto di Visivo Comunicazione, che fonde le belle arti e la moda in un luogo straordinario e ricco di cultura, il Tunnel Borbonico di via Morelli a Napoli. Le suggestive cavità sotterranee gestite dell'associazione Borbonica Sotterranea di Gianluca Minin ed Enzo De Luzio, per una notte si sono trasformate in una galleria d'arte e teatro di performance musicali ed artistiche eseguite dal vivo, ma non solo, le profondità del sottosuolo napoletano hanno fatto da cornice a quadri moda di prestigiose aziende di alta moda. In esclusiva per la serata la performance/installazione a cura di Profumo Emozioni Olfattive che ha visto protagonista Alessandro Gualtieri, artista eccentrico e mente della linea dei profumi di nicchia Nasomatto. In mostra gli artisti del progetto sperimentale “Visivo” curato da Valeria Viscione che per questa

edizione hanno stupito gli spettatori proponendo performance artistiche dal vivo, nuova tendenza dell'arte contemporanea che ha permesso ai visitatori di assistere al processo creativo di un'opera. Artisti in mostra e

performers: Giovanni Botta e Marcella Martusciello, Nunzio Meo, Ademaro Bevilacqua, Paola Del Prete, Domenico Sepe, Gateano Di Maiolo, Marco Minin, Make An Object, Lunacy danza con coreografie di Anna Malinconico, Maria Rosaria Marchi, Carlo Mangione, Nicola Rando al sax contralto e Alessandro Castiglione alla chitarra. Inoltre, installazioni a cura di Vivaio Donna (progetto del Comune di Napoli per promuovere l'occupazione e sostenere la creazione d'impresie femminili) con Esmeralda Addabbo, Rosalba Balsamo, Stefania Cattivano, Silvia Caliendo, Giovanna D'Alessandro, Lucia De Luca, Gabriella Gitto, Venere Lanza, Maria Leone, Donatella Liguori, Rossana Limata, Fabiana Napoletano, Alessandra Papoff, Roberta Santacroce, Maria Carmela Silvestri, Simona Strazzullo, Viviana Vignola, Olga Viscione, Patrizia Visone. ■



Tutto il mondo Apple. Esperti inclusi

Il nostro staff, formato e certificato da Apple,
ti aspetta per proporti le migliori soluzioni di acquisto.



MacBook Pro

Ci trovi a Roma, Napoli (Chiara, Vomero, Toledo), Pompei (La Cartiera),
Caserta, Avellino, Pontecagnano (Misi Mall), Potenza | www.rstore.it

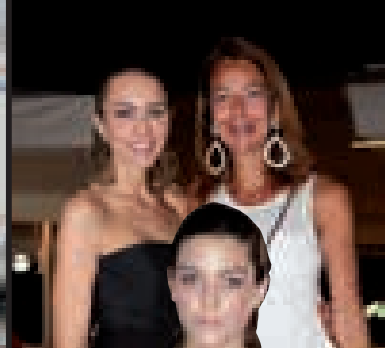
R-Store





Movida e Finanza *al Canottieri*



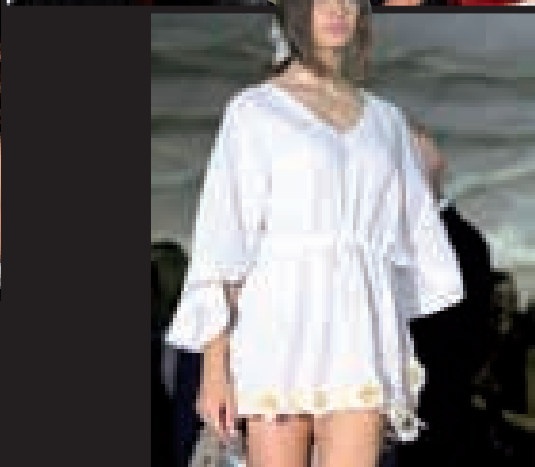


Vincenzo Del Giudice, district manager e top club member della Wi-Fi Digital Bank, ha organizzato un evento al Circolo Canottieri di Napoli all'insegna del mix insolito di divertimento e finanza. Più di quattrocento ospiti sono stati accolti dal manager napoletano e dalla moglie Alessandra Caputo sulla terrazza giallorossa del Circolo, dove Massimo Giacomelli e Luigi Provenza hanno tenuto un workshop sulle potenzialità della no ordinary bank. Dopo la parentesi di

Finanza, si è passati alla moda con il defilé di Satriano Cinque disegnate da Gabriella Del'Ero ed indossate da un bellissime modelle accompagnate dai pallanotisti della Canottieri. Tra gli invitati Davide Gatti, Gennaro Ingenito, Fernanda Speranza, Giuseppe Borselli, Federica Marchetti, Fabio Mazillo, Maria Rosaria Rollin, Mario Stornaiuolo, Alessandra Ricciardi, Chiara e Mariachiara Martinez che hanno ballato sulla musica di Lupo di Mare e Lunare Project. ■



Più di quattrocento ospiti sono stati accolti dal manager napoletano Vincenzo Del Giudice e dalla moglie Alessandra Caputo sulla terrazza giallorossa del Circolo, dove Massimo Giacomelli e Luigi Provenza hanno tenuto un workshop sulle potenzialità della no ordinary bank.

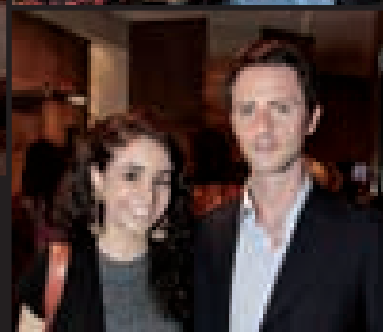
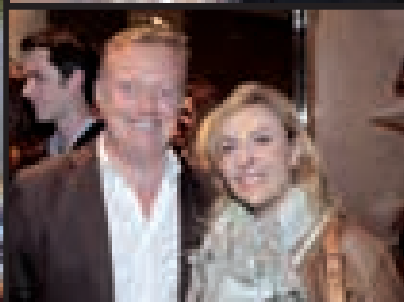




i'm
party

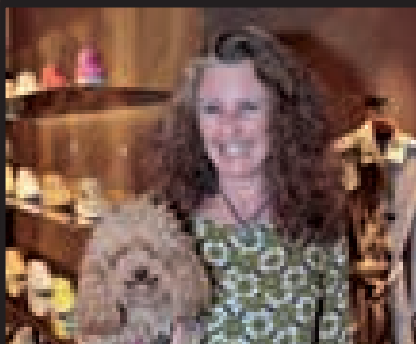
*Artigiani dal vivo per il "Gommino" **Tod's***

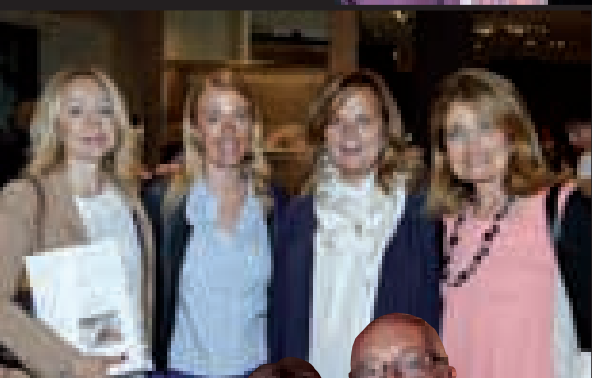
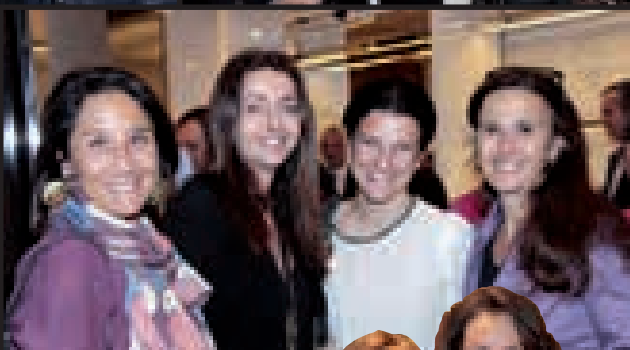
DI LAURA CAICO
FOTO DI FRANCESCO BEGONJA



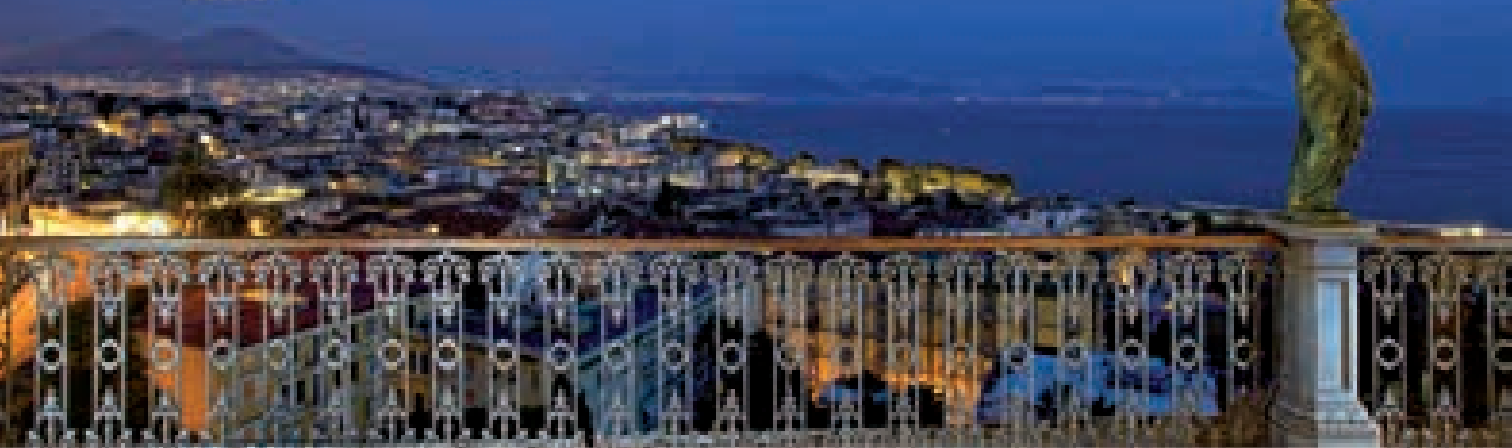


All'interno dell'ampio store napoletano Tod's, nella centralissima via Filangieri, si è svolto il cocktail party organizzato dalla p.r. Roberta Costa Buccino Grimaldi per illustrare le tecniche delle lavorazioni "hand made" del più famoso prodotto Tod's, ovvero il "Gommino": al centro dell'attenzione la preparazione delle scarpe - icona del brand marchigiano presieduto da Diego Della Valle, presentate in modelli sia maschili che femminili. Una paziente artigiana ha eseguito il suo lavoro davanti a un folto gruppo di spettatori cucendo a mano tomaie e suole: sparsi sul tavolo da lavoro molti campioni di pelli colorate e scamosciate con cui realizzare la driving shoe per eccellenza "diventati uno stile di vita per i trendsetter e un processo unico, in cui gli artigiani del Brand Tod's utilizzano pellami della migliore qualità tagliandoli, trattandoli e completando a mano le fantastiche calzature che mettono le ali ai piedi" come ha sottolineato il direttore di Tod's Napoli Armando Crisafo. E in





effetti, il Gommino Tod's è ritenuto dai Vip il mocassino per eccellenza, disponibile nelle varianti di pelle scamosciata e vellutato nabuk, e con un nuovo accessorio: "City Gommino", ovvero il laccetto in pelle intrecciata, coordinato alla tomaia e impreziosito dalla chiusura personalizzata in metallo brunito. Tra gli intervenuti, Gabriela Furnari Deleuze e Carla Travierso interpreti della serie "Lucky Ladies" in programma dal 3 giugno su Fox Life, Anna Rea, il Cavaliere del Lavoro Pina Amarelli, Federica Spada, Rosalinda Improta, Francesca e Federica de Gregorio Cattaneo di Sant'Elia Alfredo Barone Lumaga, Chiara Gentile del Gaudio, Dina Cavalli, Cav. Lav. Annamaria Alois Guido Grillo, Maria Teresa Funari, Barbara e Valentina Accattatis, i "divini mondani" Mino Cucciniello e Giorgio Nocerino, Luigi Lavorgna, Alessandra Barbaro, Clara Garolla di Bard, Guido Gentile, Letizia, Cristina e Giovannella Borselli, Giovanni e Simonetta Caffarelli, Cristiana Leonetti, Elena d'Antonio, Stefano Selvaggi, Maria de Giovanni di Santaseverina, Maria Giovanna Berni Canani, Massimiliano Cerrito. ■



Firma i tuoi eventi al Grand Hotel Parker's

- Soggiorni in camere e Suites con vista sul golfo.
- Prima colazione con vista dalla splendida terrazza delle Muse.
Servizio disponibile anche alla clientela esterna:
dal lunedì al sabato dalle 7:00 alle 10:00, la domenica dalle 7:00 alle 11:00
- Ristorante George, panoramico interno ed esterno, aperto tutti i giorni a pranzo e a cena.
- Organizzazione di feste ed eventi privati sul nostro roof garden.
- Programmazione personalizzata di matrimoni con la consulenza di Wedding Planners, Flower & Table setting designers.
- Incontri d'Arte: happening artistici e teatrali.
- Aperitivi tematici con musica dal vivo.
- Riunioni aziendali, colazioni di lavoro e cene di gala.
- Trattamenti benessere presso la Spa dell'hotel.





DECRISTOFARO

scarpe fatte a mano



VERONICA MAIO

CAPRI WATCH®

CAPRICAPRI.COM

CAPRI - Via Camerelle, 21 - Tel. 081 637 7148



5 YEARS
WARRANTY